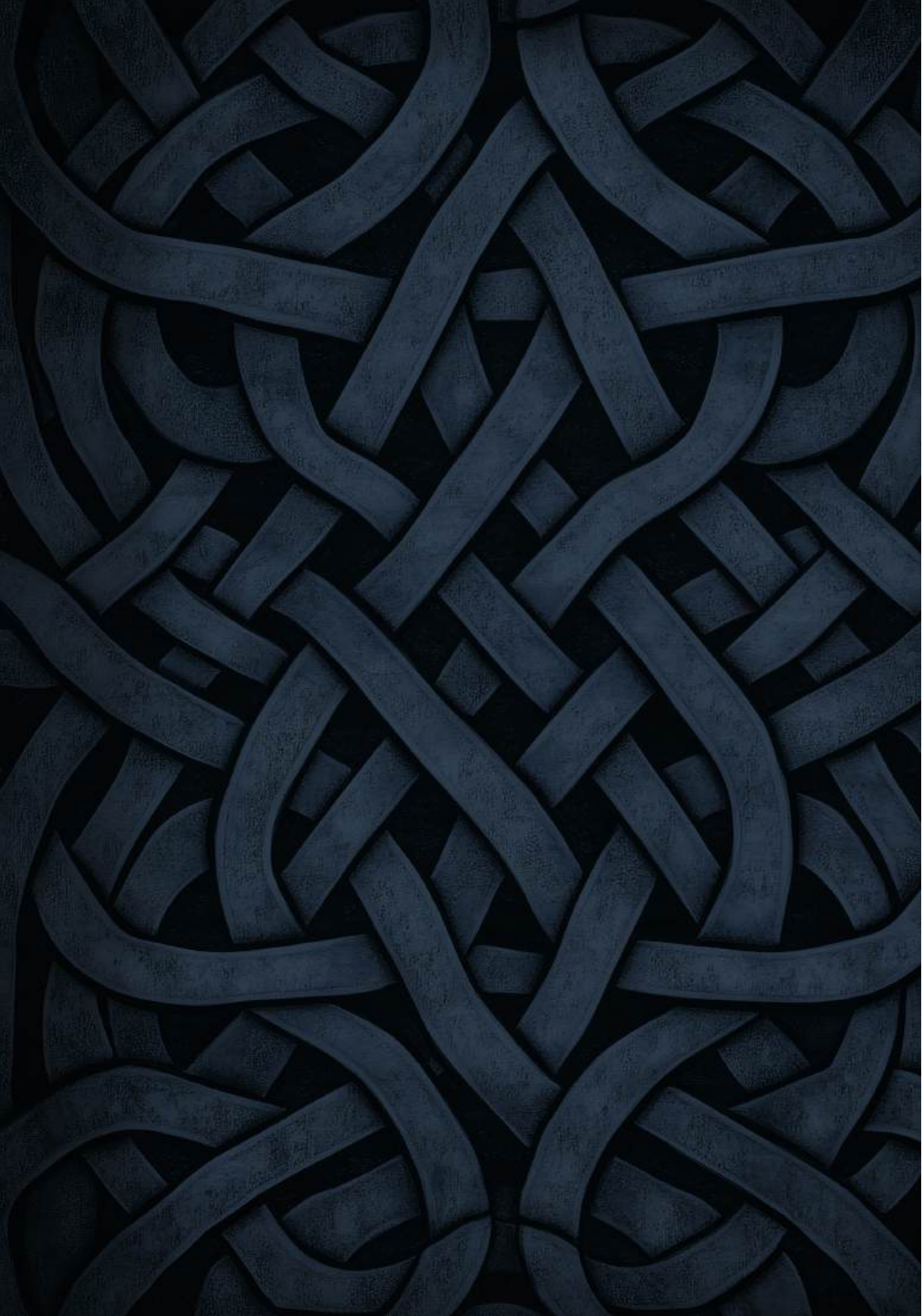


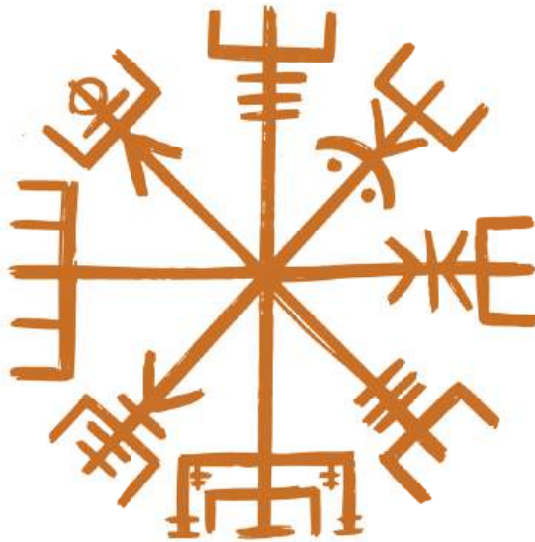
## **HOCHPREIS-KUNDEN GEWINNEN**

Patrick Bangert – der Vertriebswiking



PATRICK BANGERT  
DER VERTRIEBSWIKINGER

# HOCHPREIS-KUNDEN GEWINNEN



**Vertrieb verständlich erklärt:** Wie du ganz ohne Druck und planbar Hochpreis-Kunden für dich begeisterst

## Impressum

Erste Auflage © 2024, Patrick Bangert  
Vertrieb Bangert  
Kurahessenstr. 11  
35216 Biedenkopf

Kia Kahawa Verlagsdienstleistungen  
Korrektorat: Michael Haitel  
Buchsatz & Coverdesign Lena Adolph  
[www.kahawa.de](http://www.kahawa.de)

Druckerei: booksfactory, PRINT GROUP Sp. z o.o, ul. Cukrowa 22, 71-004 Szczecin (Polen)

Das gesamte Werk ist urheberrechtlich geschützt.  
Jede Verwendung ist ohne Zustimmung des Autors unzulässig.  
Das gilt insbesondere für die elektronische oder sonstige Vervielfältigung, Übersetzung, Verbreitung  
und öffentliche Zugänglichmachung.

## WIDMUNG

ICH WIDME DIESES BUCH FÜR ALLE,  
DIE NUR EINEN KLEINEN ANSTOß BRAUCHEN,  
UM GROßARTIGES ZU ERREICHEN  
UND  
DEM BUTTERFLY-EFFEKT,  
DER MICH VON EINEM GESPRÄCH  
ZUR TELEFONIE GEBRACHT HAT.

# INHALT

---

<b>WIDMUNG UND DANCSAGUNG</b> .....	10
<b>VORWORT</b> .....	13
<b>EINLEITUNG</b> .....	16
<b>PATRICK BANGERT – DER VERTRIEBSWIKINGER:</b> .....	17
<b>AUSBLICK</b> .....	20
<b>MANNAZ: MENSCH</b> .....	22
Kapitel 1: Die Bedeutung einer guten Begrüßung .....	23
<b>EHWAZ: PFERD</b> .....	26
Kapitel 2: Sympathie aufbauen .....	27
<b>BERKANO: BIRKE</b> .....	32
Kapitel 3: Einleitung des Gesprächs und Einholen der Frageerlaubnis .....	33

<b>TIWAZ: GOTT TYR</b>	<b>38</b>
Kapitel 4: Sympathie-Sätze für den Nutzensatz. . . . .	39
<b>OTHALA: DIE NATUR</b>	<b>44</b>
Kapitel 5: Der Nutzensatz und die Emotion. . . . .	45
<b>DAGAZ: TAG</b>	<b>52</b>
Kapitel 6: Die Bedienungsanleitung des Kunden und seine Kaufargumente. . . . .	53
<b>INGWAZ: GOTT ING</b>	<b>58</b>
Kapitel 7: Nennen der Unique-Selling-Points . . . . .	59
<b>LAGUZ: WASSER</b>	<b>62</b>
Kapitel 8: Einwandbehandlung. . . . .	63
<b>SOWILO: SONNE</b>	<b>70</b>
Kapitel 9: Vertiefung der Kaufargumente . . . . .	71
<b>ALGIZ: SCHUTZ</b>	<b>76</b>
Kapitel 10: Wiederholung und Bestätigung . . . . .	77
<b>PERTHRO: WÜRFELBECHER</b>	<b>82</b>
Kapitel 11: Vorabschluss. . . . .	83
<b>EIHWAZ: EIBE</b>	<b>86</b>
Kapitel 12: Terminvereinbarung. . . . .	87
<b>JERA: JAHR</b>	<b>92</b>
Kapitel 13: Basics der Farbenlehre – Psychologische Einordnung des Charakters. . . . .	93

<b>ISA: EIS</b>	<b>98</b>
Kapitel 14: Bedenken und Ängste ansprechen und überwinden .....	99
<b>NAUTHIZ: NOT</b>	<b>104</b>
Kapitel 15: Individuelle Lösungen und Anpassungen .....	105
<b>HAGALAZ: HAGEL</b>	<b>108</b>
Kapitel 16: Referenzen und Erfolgsgeschichten .....	109
<b>GEBO: GESCHENK</b>	<b>114</b>
Kapitel 17: Follow-up: .....	115
<b>WUNJO: FREUDE</b>	<b>120</b>
Kapitel 18: Umgang mit Kundenbeschwerden und Reklamationen .....	121
<b>KENAZ: FACKEL</b>	<b>126</b>
Kapitel 19: Cross-Selling und Upselling .....	127
<b>RAIDHO: REISE</b>	<b>130</b>
Kapitel 20: Persönliche Weiterentwicklung im Verkauf .....	131
<b>ANSUZ: ASE, GÖTTHEIT</b>	<b>134</b>
Kapitel 21: Zeitmanagement im Verkaufsprozess .....	135
<b>THURISAZ: RIESE</b>	<b>138</b>
Kapitel 22: Allgemeinwissen rund um das Thema Verkauf .....	139
Mindset: Entwickle eine Wikinger-Mentalität! .....	139
Körperhaltung und Stimme: Was gilt es zu beachten? .....	140

Emotionen im Vertrieb, warum sind sie SO wichtig? .....	140
Magische Wörter im Vertrieb .....	141
Die 4 Säulen des Erfolgs eines Vertriebswikingers .....	144
W-Fragen im Verkauf .....	145

**URUZ: AUERØHSE** **148**

Kapitel 23: Fallstudien und Kundenergebnisse von Vertrieb

Bangert .....	149
DCreator GmbH .....	149
Actiware GmbH .....	150
Bro Marketing GmbH .....	151
Agentur Rees .....	153

**FEHU: VIEH** **156**

Kapitel 24: Abschlusswort .....	157
---------------------------------	-----

## WIDMUNG UND DANKSAGUNG

---

Dieses Buch widme ich allen angehenden Vertrieblern da draußen, die sich Hilfe dabei wünschen, dieses Handwerk zu erlernen und etwas Besseres aus ihrem Leben zu machen. Mir hat der Vertrieb geholfen, einen Weg in meinem Leben zu finden, indem ich mich selbst nicht nur wohlfühle, sondern auch noch dazu in der Lage bin, andere mitzureißen und dabei unterstützen zu können, es mir gleichzutun. Und das auch noch, indem ich meinen Kunden Vorteile auf dem Markt bringe und diese auch zu einem besseren Leben führe.

Dieses Buch ist auch für alle Vertriebler und Closer, die schon im Vertrieb tätig sind, sich aber allgemein weiterbilden möchten und die nach einem Weg suchen, ihre Terminquoten zu verbessern und ihr Verständnis vom Vertrieb auszubauen.

Selbstverständlich widme ich dieses Buch auch all meinen Hatern und den Menschen, die mich immer kleingehalten haben und gesagt haben, „aus dem Bangert wird nie was werden“. Es mag dadurch vielleicht sogar eine Überkompensation stattgefunden haben, aber hey: Here I am, und ich habe mittlerweile superviel geschafft. In dieser Hinsicht also ein kleines „Danke“ an all die, die nicht an mich geglaubt haben, denn es hat dafür gesorgt, dass ich umso stärker an mich selbst glauben musste und schließlich ins Handeln gekommen bin.

Ich widme dieses Buch darüber hinaus den Menschen, die mir wichtig sind und die beruflich fest an meiner Seite stehen und mein Team tagtäglich bereichern. Einmal danke an dich, Carsten Rees. Du warst mir immer ein guter Freund, ein guter Lehrer und Mentor und bist sogar irgendwann zu meinem Mitarbeiter geworden. Kurz darauf haben wir uns zu Geschäftspartnern und einem starken Team entwickelt. Danke für deine treuen Dienste und für die tolle Partnerschaft, die wir mit unseren @Final-Produkten aufgebaut haben. Diese Zeilen sind explizit für dich und ich freue mich auf die weiteren beruflichen Jahre mit dir mein treuer Weggefährte.

Selbstverständlich gehen auch ein paar Zeilen an meine Mutter, die immer für mich da gewesen ist und mich seit jeher dabei unterstützt hat, das Beste aus meinem Leben zu machen. Keine Worte auf der Welt könnten beschreiben, wie dankbar ich dir bin und wie sehr ich dich in Ehren halte. Ich hoffe, dass du noch viele Jahre jung und stark im Herzen bleibst. Danke, dass du da bist.

Zwei weitere Menschen möchte ich zum Schluss auch noch wohlwollend erwähnen, weil ich ohne sie nicht dort wäre, wo ich jetzt bin – geschweige denn die Entwicklung so rasch geschafft hätte.

Ein großes Danke an Mitch Rau, der einer der sympathischsten und kompetentesten Verkaufstrainer ist, die ich in meiner Laufbahn kennenlernen durfte. Bei ihm habe ich mein vertriebliches Wissen noch mal „gerade ziehen“ und vertiefen können. Von dir habe ich viel gelernt und ich bin froh und dankbar darüber, dich auch als einen meiner Kooperationspartner zur Seite zu haben. Ich freue mich auf viele weitere gute Jahre miteinander.

Zuletzt möchte ich meinem ersten Mentor noch ein paar Zeilen widmen. Er hat mich dazu ermutigt in die Selbstständigkeit zu starten und endlich mal auf Rechnung zu arbeiten, damit meine hervorragende Arbeit auch wertgeschätzt wird, wie es sich gehört und wie ich es verdient habe. Diese Worte sind für dich, Marc Auffenberg. Du hast mir den Mut und die Unterstützung gegeben, die ich gebraucht habe, um über mich selbst hinauswachsen zu können. Mit dir hat der Vertriebswiking so gesehen angefangen: Du hast mich auf die Welt losgelassen – zum Glück. In dieser Hinsicht bin ich dir auf ewig zu Dank verpflichtet, weshalb ich dich auch in diesem Buch verewigen möchte.

**DANKE**



# VORWORT

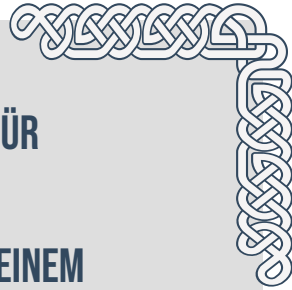
---

Wenn du dir dieses Buch gekauft hast, dann geht es dir vielleicht wie vielen Verkäufern und Selbstständigen da draußen. Wusstest du, dass ein Großteil der Menschen lieber freiwillig minutenlang kalt duschen gehen würde als das Telefon in die Hand zu nehmen, um kalt jemanden anzurufen und seine eigene Dienstleistung anzubieten – das ist schon heftig, oder?

Auf der anderen Seite ist es ja nur allzu verständlich. Denn in der Akquise hast du immer mit Ablehnung zu tun, mit den unterschiedlichsten Wertemodellen und mit verschiedenen Menschentypen. Hier einen Durchblick zu behalten und immer auf Kurs zu bleiben, damit die eigene Erfolgsreise gut bestritten werden kann, kann durchaus anstrengend, frustrierend oder gar niederschmetternd sein. Wer tut sich das schon freiwillig oder sogar gerne an, richtig?

Meist denkt man sich ja, dass man erst noch die nötigen Werkzeuge braucht, wie die ganzen anderen bekannten Verkäufer, die man von YouTube und anderen Social-Media-Plattformen kennt. Zumindest scheinen die ja irgendwie vieles gleich oder ähnlich zu machen, sodass man zu der Auffassung kommen kann, dass es da Methoden, Techniken oder etwas anderes zu geben scheint, auf das alle zurückgreifen, um entsprechende Erfolge zu erzielen und um sich von der breiten Masse an Verkäufern abzuheben, nicht wahr?

Nun, ich kann dich beruhigen, mein lieber Padawan – denn allen erging es auf dem Weg, ein guter oder gar hervorragender Verkäufer zu werden, schon einmal so. Wir alle mussten barfuß über Nagelmatten und glühende Kohlen gehen, bevor wir es geschafft haben, die Kunst des Verkaufens zu meistern oder gut in der Einwandbehandlung zu werden. Aber genau hier möchte ich dir Hoffnung und Trost schenken. Verkaufen ist nichts, das einem in die Wiege gelegt wird, sondern es ist ein Skill und benötigt ein Mindset, das man erlernen kann!



**WENN DU DICH DAFÜR  
INTERESSIERST,  
WIE MAN SICH DAS IN EINEM**

**1:1- ODER  
GRUPPENCOACHING**

**MIT MIR ANEIGNEN KANN,  
DARFST DU UNTER**

[HTTPS://CALENDLY.COM/VERTRIEBBANGERT/VERKAUFEN-LERNEN](https://calendly.com/vertriebbangert/verkaufen-lernen)



**GERNE EINEN TERMIN MIT  
MIR PERSÖNLICH BUCHEN.**





**„DEINE TRÄUME KÖNNEN WAHR WERDEN,  
WENN DU DEN MUT HAST, IHNEN ZU FOLGEN“**

---

**WALT DISNEY**

# EINLEITUNG

---

Die Kunst der Akquise besteht darin, Gespräche erfolgreich aufzubauen und eine Wikinger-Mentalität zu entwickeln, um einen Kunden zum Sieg zu führen, damit auch du den Ertrag erwirtschaftest, den du dir so sehnlichst wünschst. Denn ein Wikinger muss erst mal wissen, wo es seinen Kunden wehtut, damit er eine passende, auf den Kunden zugeschnittene Lösung anbieten kann.

**Nur so kann ein Krieger erfolgreich in See stechen  
und plündern!**

In diesem Buch werden die einzelnen Stufen eines Akquise-Gesprächs ausführlich erläutert. Durch praxisnahe Beispiele wird dir maximale Sicherheit vermittelt, um demnächst selbst erfolgreicher zu sein und den Weg nach Walhalla zu finden. Tauche ein in die Welt der Verkaufspsychologie und lerne die Grundlagen für erfolgreiche Akquise-Gespräche kennen. Auf in den Kampf!

Dieses Buch dient dem Zweck des Lernens und um ein besseres Verständnis für das Verkaufen zu bekommen. Ich verspreche dir, dass ich mir große Mühe gebe, dir mein Wissen verständlich zu übermitteln, um dir für deine Investition einen maximalen Mehrwert zu bieten, denn der Name „Bangert“ steht für Qualität.

Möglicherweise hast du bereits Erfahrungen in der Akquise oder im Verkauf gesammelt und hast schon festgestellt, dass es manchmal die eine oder andere Hürde gibt. Ein Knackpunkt ist, den anderen von seinen eigenen Ideen zu überzeugen und ihn zu begeistern. Und vielleicht kennst du das ja selber, lieber Leser: Meistens wünscht man sich ja auch genau so etwas von einem Sachbuch zum

Thema Akquise und Verkauf. Schließlich kauft man es ja genau aus diesem Grund, richtig?

Dann stell dir mal vor, dass dieses Buch genau das schafft und dir verständlich erklärt und beibringt, wie du künftig besser und vor allem zielsicherer verkaufen kannst.

Wenn du jetzt genau dadurch künftig deutlich mehr Ertrag generieren wirst, weil du genau weißt, wo und wie du bei deinem Gegenüber ansetzen musst und ihn somit zielsicher zum Abschluss führst und wenn du dir zusätzlich auch noch so einiges an Zeit sparen können wirst, weil du in der Lage bist, die falschen Kunden frühzeitig klar auszusortieren – nur mal angenommen, dieses Buch schafft das für dich, wenn du hiermit aufmerksam arbeitest, lieber Leser.

Hat es sich dann nicht schon für dich gelohnt, dieses Buch zu kaufen und zu lesen? Wenn deine Antwort im Kopf jetzt ein „Ja“ ist, dann heiße ich dich willkommen bei meinem Werk „Hochpreis-Kunden gewinnen – Vertrieb verständlich für jeden“. Doch mit wem hast du es eigentlich zu tun? Um genau diese Frage zu beantworten, folgt zunächst eine kleine Vorstellung meiner Person, bevor es losgeht.

## **PATRICK BANGERT – DER VERTRIEBSWIKINGER:**

Mein Name ist Patrick Bangert. Ich bin 1990 geboren und zum Zeitpunkt der Veröffentlichung ganze 34 Jahre jung. Davon habe ich 13 berufliche Jahre in psychologischen Themen Erfahrungen sammeln dürfen. Drei davon, als ich im sozialpädagogischen Sektor tätig war und viel über den Menschen und seine Entwicklung an sich lernen durfte. Darüber hinaus verfüge ich über 10 Jahre Erfahrung im Vertrieb: Sowohl in der Kundenbetreuung als auch in der Kundengewinnung und der Kundenrückgewinnung. Meine Erfahrungen habe ich einerseits als normaler Kundenbetreuer und Vertriebler sammeln dürfen, andererseits aber auch als Junior-Salesmanager und Projektmanager bis hin zur Arbeit als selbstständiger Unternehmer.

Der eine oder andere fragt sich vielleicht, ob und warum gerade ich beim Vertrieb helfen kann? Oder warum ausgerechnet ich dich als einer von vielen Vertriebstrainern dabei unterstützen kann, dass du selbst besser im Vertrieb wirst und ein größeres Grundverständnis erlangst. – Die Antwort liegt ganz klar in meinem Profil, denn ich kombiniere Wissen und Erfahrung aus den Bereichen Psychologie und Vertrieb, strotze vor Motivation und Ehrgeiz und kann genug eigene Erfolge vorweisen, die für mich sprechen.

Möglicherweise hast du zudem schon selbst festgestellt, dass man das Rad nicht immer unbedingt neu erfinden muss, sondern nur das machen muss, was bewiesenermaßen gut funktioniert. Genau in diesem Sinne durfte ich bereits bei vielen anderen Vertriebstrainern lernen und wachsen. Einer meiner Helden der Akquise ist mittlerweile sogar einer meiner Kunden und wertgeschätzter Kooperationspartner unserer vertriebsstarken CRM/ERP-Software, FinalPro. Das Wissen, das ich sammeln durfte, ist also mehrfach praxiserprobt und hat mir dazu verholfen, Inhaber und Geschäftsführer zweier Firmen aus unterschiedlichen Sektoren zu werden. Ich manage hierbei – selbstredend – den Vertrieb und bin verantwortlich dafür, 6–7stellige Umsätze aufgebaut zu haben. Auf dem Weg dahin habe ich einzelne Kunden und Partner sowie Mitarbeiter geschult und ganze Vertriebsteams zusammengestellt. Hierbei fingen Kunden innerhalb kürzester Zeit an, mich zu fragen, ob ich auch Firmentrainings gebe oder als Speaker auf Veranstaltungen auftrete. Wer mich kennt, weiß, dass ich solche Impulse zum beruflichen und persönlichen Wachstum immer gerne annehme. So kam es, dass ich anfangs Teams von Firmen darin zu schulen, mehr und bessere Termine zu vereinbaren und diese auch mit höherer Conversion abzuschließen. Letzten Endes gibt es nämlich für alles eine Struktur und Regelmäßigkeiten. Man muss diese nur kennen und lernen, sie richtig anzuwenden. Und ich zeige dir wie!

Ich bin ein stark gelb-grüner Mensch, der versucht seine Rotanteile weiter auszubauen, da diese schließlich mit notwendig sind, um in der Geschäftswelt erfolgreich zu sein. Der eine oder andere von euch kennt sich vielleicht schon ein wenig mit Farbenlehre in der Psycho-

logie aus und kann mit der Erklärung schon etwas anfangen und mich grob einordnen und einschätzen.

Darüber hinaus bin ich ein sehr sozial angehauchter Mensch, dem es wichtig ist, immer für Win-Win- oder Win-Win-Win-Situationen zu sorgen.

**Denn nur dann hat man einen richtig guten Sale gemacht, wenn ihr mich fragt!**

Ich bin ein Freund von offenen und ehrlichen Worten, denn ich bin überzeugter Vertreter des Glaubenssatzes, dass Transparenz einer der Hauptfaktoren ist, der für Vertrauen zwischen potenziellen Kunden und einem selbst sorgt. Letzten Endes möchte doch jeder immer den „bestmöglichen Deal“ für sich herausholen, richtig?

In meiner Freizeit gehe ich regelmäßig ins Fitnessstudio und betreibe dort seit über 16 Jahren Kraftsport. Denn ein starker Geist braucht einen starken Körper. Darüber hinaus wird euch eine entsprechende Physis auch dabei unterstützen, den Respekt von anderen zu erlangen und so in vielen Situationen leichter abschließen zu können. Daher ist mir auch eine gesunde und ausgewogene Ernährung wichtig und genau das kann ich euch auch nur ans Herz legen. Es macht so viel aus, wenn der Körper optimal versorgt wird, dadurch unser Geist gesünder ist.

Zudem bin ich Musiker gewesen und war ab und an live auf der Bühne an der E-Gitarre anzutreffen, wie ich „Schrei-Musik“ produziert habe, da ich im Bereich des Metal heimisch bin. Genauer gesagt im Metalcore und Deathcore – einige von euch können damit vielleicht etwas anfangen. Daher bin ich auch immer gerne auf Festivals und Konzerten meiner Lieblingsbands anzutreffen. Jetzt habt ihr ein besseres Bild von mir und könnt mich auf Basis meines Profils besser einschätzen. Und nun, wünsche ich euch viel Spaß und viele „Aha-Momente“ beim Lesen meines Buches – und beim Wachsen.

## AUSBLICK

Mit den erlernten Techniken und Strategien wirst du zu einem wahren Vertriebswikinger, der erfolgreich Akquise-Gespräche meistert und Kunden zum Sieg führt, sodass Sie gerne einen Termin mit dir vereinbaren werden, um sich weiter mit dir auszutauschen. Tauche tiefer ein in die Welt des Verkaufs und lasse dich von meinen Tipps und Tricks inspirieren. Das Buch bietet dir eine umfassende Anleitung für erfolgreiche Akquise-Gespräche. Sei ab sofort bereit, die Schlacht zu schlagen und deine Verkaufsziele zu erreichen. Auf in den Kampf und terminiere deinen ersten Kunden mit dem neuen Wissen, das du dir angeeignet hast!



**„GIB NIEMALS AUF. GROSSE DINGE  
BRAUCHEN ZEIT UND GEDULD.“**

**LEONARDO DA VINCI**



M

MANNAZ: MENSCH

# KAPITEL 1:

## DIE BEDEUTUNG EINER GUTEN BEGRÜßUNG

---

Viele fragen sich vielleicht schon: „Was soll bei der Begrüßung schon so besonders sein. Worauf sollte man da schon achten müssen, ist doch kinderleicht sich ordentlich zu begrüßen, oder?!“ Ich versichere euch: Es gibt immer etwas, auf das man als Rhetoriker achten kann und sollte. Die Begrüßung ist immerhin der Teil, der am Anfang entscheidet, ob sich ein Ansprechpartner überhaupt mit euch unterhält oder nicht.

Die Begrüßung ist daher eine der wichtigsten Etappen in der Akquise. Ganz einfach! In unserem Gehirn gibt es einen Teil, der binnen kürzester Zeit entscheidet: Annäherung oder Flucht! Aus diesem Grund ist es entscheidend, ein Gespräch so sympathisch wie möglich zu beginnen und stets die Augenhöhe zu wahren. Bei dem Teil des Gehirns, von dem wir sprechen, ist das sogenannte „Reptilien-Brain“ gemeint. Hier wird binnen weniger Sekunden entschieden, genau deswegen sind die ersten Sekunden oftmals die entscheidenden des Gesprächs. Hier gibt es eine bekannte Warnung in der Akquise. Man spricht hier von „Fast-in = Fast-out“, was sich auf die Gesprächsgeschwindigkeit und auf den Gesprächsaufbau im Allgemeinen bezieht. Wer sein Gegenüber überrennt, fliegt schnell wieder aus dem Gespräch raus. Das hat der eine oder andere eventuell schon selbst schmerzhaft am eigenen Leib erfahren müssen.

**Die Formel für eine gelungene Begrüßung lautet:** *„Guten Morgen/Tag/Abend Herr/Frau Meier, hier ist Vorname, Nachname von der Firma Firmenname, ich grüße Sie.“* Es ist wichtig, die Begrüßung sowohl am Anfang als auch am Ende zu verwenden. Am Anfang tritt man sympathisch auf, und am Ende, um das Gespräch nicht ins Stocken geraten zu lassen. Durch ein weiteres freundliches „Hallo“ zum Abschluss wirft man den „Gesprächsball“ zurück, und der Gesprächspartner wird in den meisten Fällen ebenfalls grüßen.

Viele sagen, dass man die Firma nicht nennen müsse, aber aus meiner Erfahrung heraus fragt der Ansprechpartner so oder so nach der Firma – spätestens, wenn er sich für dich interessiert, weil du das Gespräch interessant und spannend aufbaust. Man kann es also direkt vorwegnehmen und sich professionell vorstellen.

## MERKE:

### Der erste Eindruck zählt!

Zum Beispiel: „Guten Morgen Herr Meier, hier ist Patrick Bangert vom Vertrieb Bangert, ich grüße Sie“ oder „Guten Morgen Herr Meier, Patrick Bangert hier, hallo“.

Alternativ kannst du bei der Begrüßung deinen Firmennamen weglassen. Vor allem dann, wenn du merkst, dass er dir nicht wirklich weiterhilft oder geschweige denn sogar für mehr Ablehnung sorgt.

**Merke aber auch:** Wenn du von einer bekannten Firma in deiner Branche anrufst, dann solltest du den Firmennamen auf jeden Fall nennen. Zum Beispiel, wenn du als Metro bei der Gastronomie anrufst oder wenn du als Mercedes bei einem neuen Zulieferer anrufst oder dergleichen. Ist deine Firma in der Branche nicht bekannt, kannst du den Namen bei der Begrüßung auch erst mal weglassen, damit du dich nicht sofort als Verkäufer identifizierbar machst. Sollte dein Firmenname aber, wie gesagt, in der Branche bekannt sein, in der du tätig bist, dann solltest du das zu deinem Vorteil verwenden. Bei manchen wird dadurch ein Gefühl von „Prestige“ vermittelt.

# PLATZ FÜR DEINE GEDANKEN



A series of horizontal lines for writing, with a large, faint, stylized graphic in the background. The graphic is a central point with several lines radiating outwards, each ending in a unique, hand-drawn symbol or character. The lines are light gray and the graphic is a darker gray.