



V I N O P H I L I U M
WINE ACADEMY

HERZLICH WILLKOMMEN!
THEMA: AKTIVER VERKAUF
Lehrgang zum

Geprüften Berufsspezialist Sommelier (IHK)/Geprüften Sommelier (VWAS)



VINOPHILIUM
WINE ACADEMY

VINOPHILIUM Wine Academy

Saskia Wörthein

- ❖ Diplom Mathematikerin
- ❖ Geprüfte Sommelière IHK
- ❖ MBA Wine, Sustainability & Sales
- ❖ Geschäftsführerin Weinmanufaktur Stuttgart





GRUNDLAEN KOMMUNIKATION

Grundlagen Kommunikation

Schritte im Kommunikationsverlauf

- ❖ Kommunikation erfolgt immer in mehreren Schritten
- ❖ **Gedacht ist noch nicht gesagt**
 - ❖ Unser Gegenüber kann unsere Gedanken und Meinungen nur schwer erahnen. Wir müssen sie äußern. Und ebenso müssen wir von unserem Gegenüber herausbekommen, was dieser denkt und fühlt
- ❖ **Gesagt ist noch nicht gehört**
 - ❖ Wenn wir etwas aussprechen, ist noch nicht sicher, dass unser Gegenüber dies auch hört. Entweder weil er oder sie nicht zuhört oder weil Emotionen im Spiel sind, die richtiges Zuhören verhindern

Grundlagen Kommunikation

Schritte im Kommunikationsverlauf

Gehört ist noch nicht verstanden

- ❖ Eine gehörte Botschaft wird nicht immer verstanden. Gerade im interkulturellen Kontext ist dies häufig der Fall, da hier eventuell Sprachschwierigkeiten auftreten

Verstanden ist noch nicht einverstanden

- ❖ Unser Gegenüber hat vielleicht unsere Nachricht gehört, aber das heißt ja noch nicht, dass er mit der Botschaft einverstanden ist

Einverstanden ist noch nicht behalten

- ❖ Es kann sein, dass eine Zustimmung erzielt wurde, aber im Alltagsstress mag dieses Einverständnis auch wieder vergessen werden

Grundlagen Kommunikation

Schritte im Kommunikationsverlauf

Behalten ist noch nicht angewendet

- ❖ Selbst wenn ich die verabredete Absichtserklärung behalten habe, so kann es durchaus sein, dass ich sie doch nicht umsetze, weil ich Zeit und Mühe nicht aufbringe

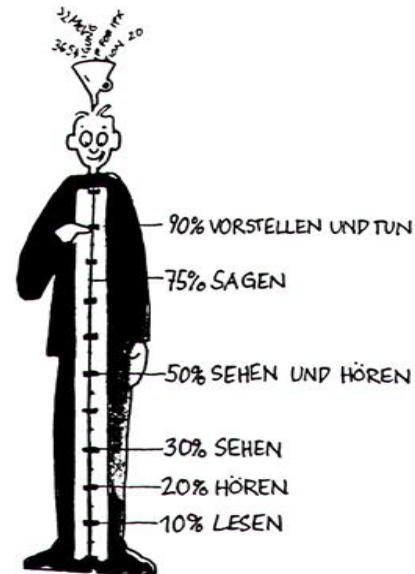
Angewendet ist noch nicht beibehalten

- ❖ Eine einmal angewendete Vereinbarung bedeutet noch nicht, dass diese nun auch weiterhin ausgeführt wird
- ❖ Themen und Probleme können oft nicht mit einem Gespräch gelöst werden, sondern es bedarf häufig mehrere Gespräche um eine Sache wirklich zu klären

Grundlagen Kommunikation

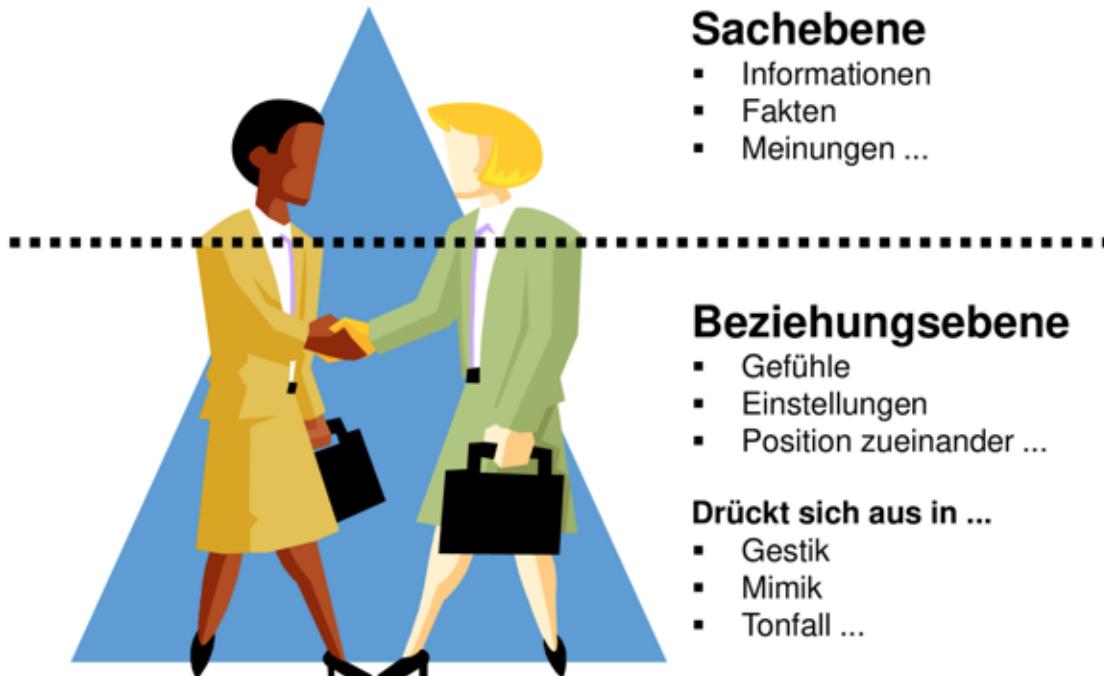
Schritte im Kommunikationsverlauf

- ❖ Dies hat auch damit zu tun, wie wir lernen und wie Dinge im Gedächtnis abgespeichert werden
- ❖ Ca. 10% von dem was wir lesen, wird behalten
- ❖ Ca. 20% von dem was wir hören, wird behalten
- ❖ Ca. 30% von dem was wir sehen, wird behalten
- ❖ Ca. 70% von dem was wir selbst sagen, wird behalten
- ❖ Ca. 70%-90% von dem was wir fühlen, behalten wir
- ❖ Ca. 90% von dem was wir selbst tun, behalten wir



Grundlagen Kommunikation

Zwei-Ebenen-Kommunikationsmodell



Grundlagen Kommunikation

Kommunikationsquadrat | Schulz von Thun



Grundlagen Kommunikation

Kommunikationsquadrat | Schulz von Thun

- ❖ Beispiel: Eine Ehefrau sagt zu ihrem Mann: "Du hast noch keine Flüge nach Rom gebucht!"
 - ❖ Auf der Sachebene: Die Flüge nach Rom sind noch nicht gebucht
 - ❖ Auf der Ebene der Selbstoffenbarung: Damit bin ich nicht einverstanden
 - ❖ Auf der Beziehungsebene: Ich bin enttäuscht, dass Du Dich noch nicht darum gekümmert hast
 - ❖ Auf der Appellebene: Ich erwarte von Dir, dass du das jetzt endlich machst!

Grundlagen Kommunikation

Kommunikationsquadrat | Schulz von Thun

- ❖ Weitere Möglichkeit:
 - ❖ Auf der Sachebene: Die Flüge nach Rom sind noch nicht gebucht
 - ❖ Auf der Ebene der Selbstoffenbarung: Ich hoffe, dass wir es nicht buchen, weil ich gar nicht reisen möchte
 - ❖ Auf der Beziehungsebene: Ich bin froh, dass Du auch noch überlegst
 - ❖ Auf der Appellebene: Lass uns die Reise absagen!
- ❖ Wir sehen also, dass es am Empfänger liegt, wie eine Botschaft aufgefasst wird. Seine Erwartungen, Vorerfahrungen und Befürchtungen sind es, die die Entschlüsselung der Botschaft beeinflussen

Grundlagen Kommunikation

Kommunikationsquadrat | Schulz von Thun

- ❖ Und hier liegen die Ursachen für Missverständnisse
- ❖ Missverständnisse entstehen, weil der Empfänger auf eine Ebene Bezug nimmt, die der Sender gar nicht so sehr im Sinn hatte

Grundlagen Kommunikation

Übung | Begrüßung

- ❖ Alle Teilnehmer gehen im Raum herum und begrüßen sich gegenseitig, schauen sich dabei in die Augen, geben sich die Hand und fragen „**Wie geht es Ihnen?**“
- ❖ Anschließend die gleiche Übung ohne sich die Hand zu geben und mit der Frage „**Was kann ich für Sie tun?**“
- ❖ Augenkontakt ist ein wichtiges Merkmal für den Ausdruck von Sicherheit



Quelle: <https://kirstinkluck.de/reden-wir-uber-die-begrueßung>

Grundlagen Kommunikation

Der erste Eindruck

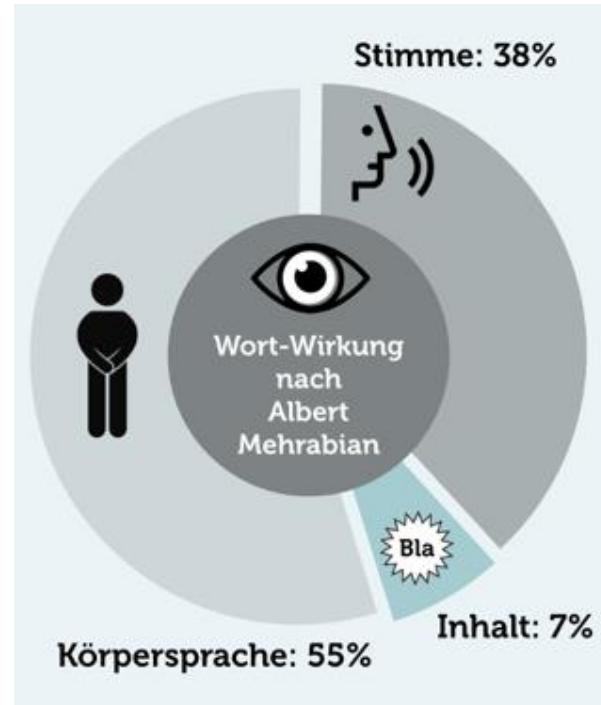
- ❖ Wir beurteilen Bücher nach ihrem Deckel und Menschen nach ihrem Aussehen
- ❖ Das kann man verurteilen – und sich trotzdem nicht recht davor schützen
- ❖ So stark ist die Macht des ersten Eindrucks
- ❖ Studien zufolge benötigt er allenfalls 100 Millisekunden, um sich zu manifestieren
- ❖ Danach steht für uns nahezu unveränderlich fest, wie wir eine Person einschätzen, wer uns als attraktiv, sympathisch, vertrauenswürdig erscheint und wer nicht



Grundlagen Kommunikation

Der erste Eindruck

- ❖ Doch was genau prägt diesen ersten Eindruck?
Worauf achten wir – oder umgekehrt gefragt:
Was muss stimmen, damit wir Fremde für uns gewinnen?



Grundlagen Kommunikation

Der erste Eindruck



Grundlagen Kommunikation

Der erste Eindruck

■ Zusammentreffen mit dem Kunden wird bestimmt durch

- | | |
|-----------------|----------------|
| ■ Lächeln | ■ Haarstil |
| ■ Körpersprache | ■ Schmuck |
| ■ Gestik | ■ Kleidung |
| ■ Mimik | ■ Sprache |
| ■ Blick | ■ Gang |
| ■ Tonfall | ■ Körperpflege |



Quelle: <https://textile-one.de/blogs/magazin/der-perfekte-kellner-part-i-das-ist-wichtig-um-gaeste-zu-verzaubern>

Grundlagen Kommunikation

Der erste Eindruck

- ❖ Übung: Zwei Personen gehen hinaus und erfahren, dass sie gleich auf wichtige Kunden treffen:
 - ❖ Person 1 trifft auf einen sehr kritischen und anspruchsvollen Gast
 - ❖ Person 2 trifft auf einen sehr freundlichen und zufriedenen Guest
- ❖ Die Zuschauer werden gebeten auf Körpersprache, Stimme und Inhalte zu achten (verteilte Rollen) und wird erst nach der Übung über die Instruktionen aufgeklärt



Quelle: <https://textile-one.de/blogs/magazin/der-perfekte-kellner-part-i-das-ist-wichtig-um-gaeste-zu-verzaubern>

Grundlagen Kommunikation

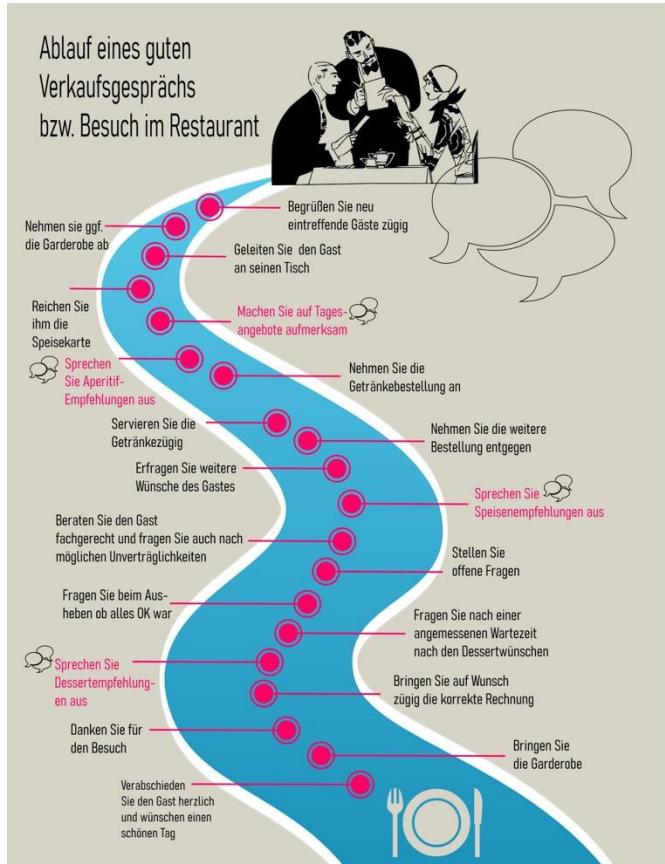
Positive Gesprächsatmosphäre schaffen

- ❖ Folgende Signale sollen an den Kunden gesendet werden:
 - ❖ Freundlichkeit
 - ❖ Hilfsbereitschaft
 - ❖ Ehrlichkeit
 - ❖ Vertrauen
 - ❖ Lächeln
 - ❖ Kleine nette Gesten
 - ❖ Augenkontakt
 - ❖ Ausstrahlung



Quelle: <https://textile-one.de/blogs/magazin/der-perfekte-kellner-part-i-das-ist-wichtig-um-gaeste-zu-verzaubern>

Grundlagen Kommunikation





VINOPHILIUM
WINE ACADEMY

VERKAUFGESRPÄCH



Verkaufsgespräch

4 Phasen

Phase 1: Gesprächseröffnung

- ❖ Sympathisches Auftreten
- ❖ Kompetenzvermittlung
- ❖ Begrüßung
- ❖ Der erste Eindruck
- ❖ Möglichst Ansprache mit Namen



Quelle: <https://unternehmer.de/marketing-vertrieb/138400-verkaufsgespräche-12-tipps-mit-den-sie-kunden-überzeugen/2>

Verkaufsgespräch

4 Phasen

Phase 2: Bedarfsanalyse

- ❖ Fragen stellen
- ❖ Fragetechnik beherrschen
- ❖ Aktives Zuhören
- ❖ Zusammenfassung des Gehörten



Quelle: <https://unternehmer.de/marketing-vertrieb/138400-verkaufsgespraeche-12-tipps-mit-denem-sie-kunden-ueberzeugen/2>

Verkaufsgespräch

Bedürfnispyramide



Verkaufsgespräch

4 Phasen

- ❖ Untersuchungen bei erfolgreich geführten Verkaufsgesprächen haben ergeben, dass sich jedes Verkaufsgespräch in **3 große Phasen** teilt, die dann wiederum in verschiedene Teilabschnitte zergliedert werden können
- ❖ Interessant war, dass bei erfolgreich geführten Verkaufsgesprächen jede einzelne Phase **vollkommen abgeschlossen** war, bevor zur nächsten übergegangen wurde
- ❖ **Störungen im Verkaufsgespräch** traten immer dann ein, wenn eine der Vorphasen nicht abgeschlossen war



Quelle: <https://unternehmer.de/marketing-vertrieb/138400-verkaufsgespräche-12-tipps-mit-den-sie-kunden-ueberzeugen/2>

Verkaufsgespräch

Anwendung in der Praxis

- ❖ Der Gast bestimmt die Kommunikation
 - ❖ Situationsbedingt handeln
 - ❖ Den Gast abholen, verstehen und überzeugen
- ❖ Kein „Fachchinesisch“
- ❖ Sympathie des Gastes gewinnen
 - ❖ Ein Lächeln genügt manchmal



Quelle: <https://unternehmer.de/marketing-vertrieb/138400-verkaufsgespraeche-12-tipps-mit-denem-sie-kunden-ueberzeugen/2>

Verkaufsgespräch

Bedarfsanalyse

- ❖ Zwei Möglichkeiten
 - ❖ Der Gast kennt seinen Bedarf
 - ❖ Der Gast kennt seinen Bedarf nicht

- ❖ Fall 1: Details erfragen und Bedarf festhalten
- ❖ Fall 2: Bedarf des Kunden wecken
 - ❖ Als Berater und Verkäufer muss darauf geachtet werden, dass durch die Gesprächsführung der Gast seinen Bedarf selbst erkennt
 - ❖ Dies erreicht man durch eine gezielte Fragestellung



Quelle: <https://unternehmer.de/marketing-vertrieb/138400-verkaufsgespraeche-12-tipps-mit-denem-sie-kunden-ueberzeugen/2>

Verkaufsgespräch

Offene Fragen | Informationsfrage

- ❖ Die offene Frage kann man auch als "Frage mit offenen Antworten" bezeichnen
- ❖ Mit ihr können Sie Ihren Gesprächspartner bewusst aktivieren
- ❖ Durch gezielte Fragestellungen erreichen Sie, dass Sie Ihren Gesprächspartner zu Lösungen hinführen und neue Denkaspakte dabei berücksichtigt werden
- ❖ Ihr Gesprächspartner wird sich nicht manipuliert oder kontrolliert fühlen, weil er selbst antwortet
- ❖ Offene Fragen enthalten immer ein Frage-Wort



Quelle: <https://unternehmer.de/marketing-vertrieb/138400-verkaufsgespraeche-12-tipps-mit-denen-sie-kunden-ueberzeugen/2>

Verkaufsgespräch

Offene Fragen | Informationsfrage

- ❖ Durch W-Fragen erreichen Sie, dass der Guest Ihnen erzählt, was er möchte, was ihn interessiert, welche Vorstellungen er bereits von einem Produkt oder einer Dienstleistung hat
- ❖ Beispiele: wozu, wieso, wieviel, wo, weshalb, worüber, wofür, wie, wer, wann, welche, was, inwieweit, inwiefern, weswegen, welche, womit, (warum vermeiden)
- ❖ Partnerorientierte Verkaufsgespräche erfordern offene Fragen, die richtungsweisend sind, dem Gesprächspartner aber die freie Wahl lassen zu antworten



Quelle: <https://unternehmer.de/marketing-vertrieb/138400-verkaufsgesprache-12-tipps-mit-denensie-kunden-ueberzeugen/2>

Verkaufsgespräch

Geschlossene Fragen

- ❖ Auf eine geschlossene Frage antwortet Ihr Kunde mit JA oder NEIN: "Gefällt Ihnen dieser Wein?"
 - ❖ Eine weiterführende Antwort bekommen Sie nicht
 - ❖ Ein Informationsaustausch findet nicht statt
-
- ❖ Geschlossene Fragen können Sie benutzen, um ggf. einem Redeschwall Einhalt zu gebieten
 - ❖ Um eine kurze und klare Aussage zu erhalten
 - ❖ Sie eignet sich auch als Kontrollfrage: "Sagt Ihnen dieser Wein zu?"



Quelle: <https://unternehmer.de/marketing-vertrieb/138400-verkaufsgespraeche-12-tipps-mit-denen-sie-kunden-ueberzeugen/2>

Verkaufsgespräch

Alternativfragen

- ❖ Alternativfragen machen es Ihrem Kunden leicht, eine Antwort zu formulieren, da Sie ihm bereits Wahlmöglichkeiten aufzeigen und seinen Denkprozess entlasten
- ❖ Die Alternativfrage ist ein ausgezeichnetes Instrument, um Zusatzverkäufe zu initiieren
- ❖ Sie können Ihren Kunden auf etwas aufmerksam machen, an das er bisher vielleicht noch nicht gedacht hat
- ❖ Ja - Verkäufe regelrecht forcieren, indem Sie Produkte anbieten, die im direkten Zusammenhang mit dem bereits gekauften Produkt stehen



Quelle: <https://unternehmer.de/marketing-vertrieb/138400-verkaufsgespräche-12-tipps-mit-denensie-kunden-überzeugen/2>

Verkaufsgespräch

Alternativfragen

- ❖ Beispiel: Möchten Sie den Wein in Geschenkpapier einpacken oder möchten Sie ihn vielleicht in einer unserer Präsentboxen verschenken?
- ❖ Möchten Sie bei Ihrer Feier noch einen Aperitif vorweg anbieten, wir haben einen Prosecco oder einen trockenen Winzersekt aus dem Rheingau
- ❖ Wenn Sie Alternativen anbieten, sollten Sie mindestens zwei positive Möglichkeiten zur Beantwortung bieten
- ❖ Für den Befragten ist es dann leichter sich zu entscheiden



Quelle: <https://unternehmer.de/marketing-vertrieb/138400-verkaufsgespräche-12-tipps-mit-den-nen-sie-kunden-überzeugen/2>

Verkaufsgespräch

Übung

A: Verkäufer

B: Gast

C: Beobachter

- ❖ Üben von Alternativfragen bei der Abfrage von Aperitif und Getränken, Vorspeisen, Hauptspeisen, Nachspeisen oder Digestif

- ❖ Teilnehmer wechseln und geben sich Feedback



Quelle: <https://unternehmer.de/marketing-vertrieb/138400-verkaufsgespraeche-12-tipps-mit-denem-sie-kunden-ueberzeugen/2>

Verkaufsgespräch

4 Phasen

Phase 3: Produktpräsentation

- ❖ Nutzerorientierte Argumentation
- ❖ Einwandbehandlung
- ❖ Preisargumentation



Quelle: <https://unternehmer.de/marketing-vertrieb/138400-verkaufsgespraeche-12-tipps-mit-denens-sie-kunden-ueberzeugen/2>

Verkaufsgespräch

4 Phasen

Phase 4: Abschluss

- ❖ Kaufsignale
- ❖ Abschlussfragen
- ❖ Zusatzverkauf
- ❖ Verabschiedung



Quelle: <https://unternehmer.de/marketing-vertrieb/138400-verkaufsgespraeche-12-tipps-mit-denensie-kunden-ueberzeugen/2>

Verkaufsgespräch

4 Phasen

Zusatzverkauf: Den Nutzen verdeutlichen

- ❖ Zeigen Sie Ihrem Gast alle Vorteile auf, die er mit seiner Bestellung bekommt
- ❖ Servieren und bedienen Sie schnell und unaufdringlich
- ❖ Behandeln Sie eine Reklamation oder einen Einwand mit höchster Priorität und holen Sie gegebenenfalls einen Vorgesetzten hinzu
- ❖ Ein Guest hat insbesondere abends oder am Wochenende Zeit. Der Besuch bei Ihnen ist ein Lust-Kauf. Was kann lustvoller sein als ein verführerisches Dessert oder ein Espresso?



Quelle: <https://unternehmer.de/marketing-vertrieb/138400-verkaufsgespraeche-12-tipps-mit-denensie-kunden-ueberzeugen/2>

Verkaufsgespräch

4 Phasen

Der Abschluss

- ❖ Die Rechnungsstellung ist nicht der Abschluss der Gästebetreuung
- ❖ Abschlussgespräch
- ❖ Danksagung
- ❖ Hinweis auf kommende Veranstaltungen



Quelle: <https://unternehmer.de/marketing-vertrieb/138400-verkaufsgespraeche-12-tipps-mit-denem-sie-kunden-ueberzeugen/2>

Verkaufsgespräch

Kundenorientierung

- ❖ Kundenorientierung ist nicht nur das „A und O“ für den Vertrieb und das Marketing, sondern auch für die Arbeitsabläufe im Restaurant
- ❖ Am Ende entscheidet der Kunde
- ❖ Seine Bedürfnisse und seine Wahrnehmungen entscheiden über den Erfolg oder Misserfolg einer Abteilung oder gar eines ganzen Unternehmens
- ❖ Die Arbeitsabläufe stellen in erster Linie die Gastzufriedenheit sicher
- ❖ Sie sind daher als besonders wichtig anzusehen



Quelle: <https://unternehmer.de/marketing-vertrieb/138400-verkaufsgespräche-12-tipps-mit-den-sie-kunden-überzeugen/2>

Verkaufsgespräch

Die 4 Phasen des Verkaufsgesprächs

Phasen	Verkaufspraktologie	Verkaufstechnik
Kontaktphase	Pos. Gesprächsatmosphäre Gleichwertige Gesprächsbasis	Freundliche Einleitung Rhetorik
Bedarfsanalyse	Bedürfnis des Kunden	Fragen stellen
Angebotsphase	Verständnis zeigen, aus Sicht des Kunden argumentieren	Nutzenargumentation Einwandtechnik
Abschlussphase	Aktiv zuhören, Zustimmung herbeiführen, pos. Abschluss	Kaufsignale erkennen Reaktionen auslösen Freundl. Verabschiedung Verstärker & Bestätigung

Verkaufsgespräch

Regeln der Etikette

- ❖ Betreten des Restaurants
- ❖ Platz nehmen
- ❖ Sitzordnung
- ❖ Sitzhaltung
- ❖ Verhalten am Tisch
- ❖ Bezahlung



Copyright: <https://karrierefibel.de>

Verkaufsgespräch

Sicherung der Qualität

- ❖ Ein Qualitäts-Management-System koordiniert verschiedene Kontrollmechanismen, die es erlauben, Stärken und Schwächen eines gastronomischen Betriebes festzustellen
- ❖ Sie bieten damit einen Einstieg in Maßnahmen zur Entwicklung und Verbesserung der Organisation im Restaurant
- ❖ Checklisten



Copyright: <https://karrierebibel.de>

Verkaufsgespräch

Feedback der Gäste

Gästefragebogen

Bitte kreuzen Sie bei den folgenden Fragen das Kästchen an, das ungefähr Ihrer Beurteilung unserer Leistungen entspricht. Vielen Dank!

	1	2	3	4	5
Empfang	<input type="checkbox"/>				
Mitarbeiter	<input type="checkbox"/>				

Hotel-Standard	<input type="checkbox"/>				
----------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Hotelzimmer	<input type="checkbox"/>				
-------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Atmosphäre	<input type="checkbox"/>				
------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Sauberkeit	<input type="checkbox"/>				
------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Bad	<input type="checkbox"/>				
-----	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Ausstattung	<input type="checkbox"/>				
-------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Frühstück	<input type="checkbox"/>				
-----------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

1 = sehr gut

2 = gut

3 = ausreichend

4 = kann besser sein

5 = mangelhaft

Würden Sie bei Ihrem nächsten Aufenthalt unser Hotel wieder besuchen?

Ja Nein

Allgemeine Anregungen:

Bitte geben Sie den Fragebogen an der Rezeption ab. Vielen Dank für Ihre Mithilfe, unser Hotel zu verbessern.

Verkaufsgespräch

Wertschöpfung

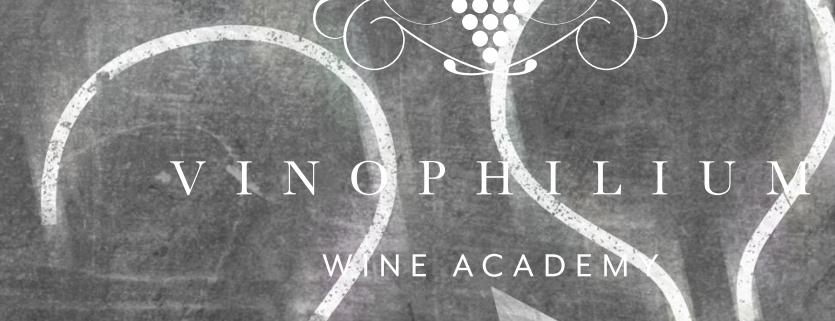
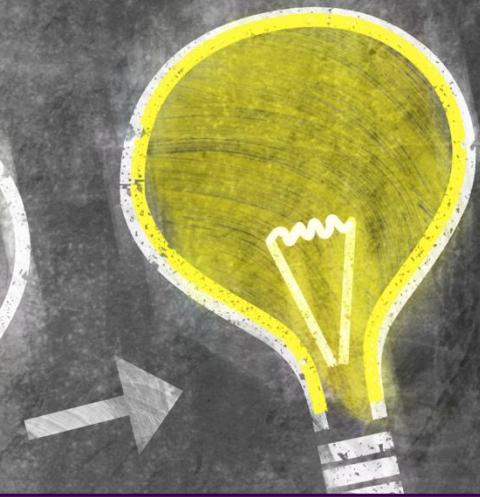
- ❖ Messbarer Ertrag & Erfolg eines Unternehmens
- ❖ Erfolgsfaktoren sind:
 - ❖ Wenn eine gegenseitige menschliche Akzeptanz zwischen Mitarbeiter und Gästen erreicht wird
 - ❖ Wenn die Leistungen den Erwartungen entsprechen
 - ❖ Wenn der Gast einen Mehrwert erfahren hat
 - ❖ Wenn der Gast zum loyalen Stammgast/ Empfehler aufsteigt



Quelle: <https://studyflix.de/wirtschaft/wertschopfung-1766>



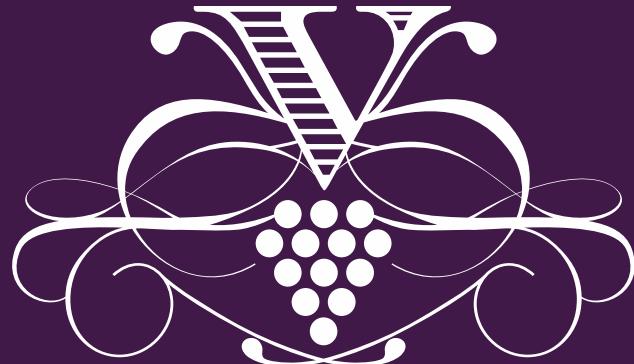
VINOPHILIUM
WINE ACADEMY





VINOPHILIUM
WINE ACADEMY

VIELEN DANK!



VINOPHILIUM

WINE ACADEMY