

Ergänzungs- / Zusatzprodukte



Ergänzungsprodukte

Ergänzungsprodukte sind **notwendige Produkte**, ohne die das Hauptprodukt nicht genutzt werden kann. Fehlt z.B. bei einer Taschenlampe die Batterie, kann der Kunde die Taschenlampe nicht benutzen. Es ist wichtig, den Kunden auf solche funktionsnotwendigen Artikel aufmerksam zu machen.



Zusatzprodukte

Zusatzprodukte sind **sinnvolle Produkte**, die zusammen mit einem Hauptprodukt verkauft werden, um dessen Verwendung zu erweitern oder zu verbessern. Sie bieten **zusätzlichen Nutzen**, Komfort oder Funktionalität, sind aber für die Funktion des Hauptprodukts nicht notwendig. Ein Beispiel wäre eine Autohalterung für ein Smartphone.

- 1 Gib im Kästchen oben neben dem Produkt an, ob es sich um ein Zusatzprodukt (Z) oder ein Ergänzungsprodukt (E) handelt.



Vertiefende Aufgabe - für die Schnellen

Beobachtungsbogen: Rollenspiele - Verkaufsgespräch

- ① Erstellt eine **Checkliste** die auch gleichzeitig als **Beobachtungsbogen**, der zur **Auswertung und Reflexion der Rollenspiele** (Verkaufsgespräche) dient.

Dieser Bogen soll alle wichtigen Punkte enthalten, die für die Beobachtung der Rollenspiele relevant sind.

- **Schritt 1: Vorbereitung**
Phasen des Verkaufsgesprächs durchgehen.
- **Schritt 2: Wichtige Beobachtungspunkte festlegen**
Überlegt, welche Aspekte in jedem Teil des Verkaufsgesprächs besonders wichtig sind. Denkt auch an die Regeln der Kommunikation.
- **Schritt 3: Beobachtungsbogen erstellen**
- **Schritt 4: Eigenen Dialog mit der Checkliste vergleichen und ggf. anpassen**

Hast du deinen Dialog schon mit der Checkliste verglichen?
Ist alles enthalten?



Vertiefende Aufgabe - für die Schnellen

① **Begrüßung** (1-4)



② **Bedarfsermittlung** (1-4)

③ _____ (1-2)

④ _____ (1-2)

⑤ **Kundeneinwände** (1-2)

⑥ _____

⑦ _____ (1-2)

⑧ _____

⑨ _____ (1-3)

⑩ _____ (1-3)

⑪ **Verabschiedung**

Beobachtungsbogen: Verkaufsgespräch

Erwartung

① Begrüßung (1-4)

- Offene Fragestellung
- Freundliches Auftreten
- Blickkontakt
- Offene Körperhaltung



② Bedarfsermittlung (1-4)

- Fragen, die auf die Bedürfnisse des Kunden/ der Kundin abzielen
- Stellt angemessene Anzahl an Fragen
- Aktives Zuhören
- Vermeidet Fragen, die den Kunden zu einer Entscheidung zwingen

③ Warenvorlage (1-2)

- passender Zeitpunkt
- passend zum Kundenmotiv

④ Argumentation (1-2)

- Kundenbezogen
- Verwendungsbezogen

⑤ Kundeneinwände (1-2)

- Methoden der Einwandbehandlung
- Vermeidet direkten Widerspruch

⑥ Preisnennung

- Methoden der Preisnennung Welche?:

⑦ Kaufentscheidung herbeiführen (1-2)

- Entscheidungshilfen anbieten
- Erkennt Kaufsignale

⑧ Kaufentscheidung bekräftigen

- Methoden der Bekräftigung

⑨ Ergänzungsangebot (1-3)

- Ergänzungsangebot unterbreiten
- Verkaufsfördernde Formulierung
- Angemessener Zeitpunkt

⑩ Zusatzangebot (mind. 1) (1-3)

- Zusatzangebot unterbreiten
- Verkaufsfördernde Formulierung
- Angemessener Zeitpunkt

⑪ Verabschiedung

- Bedankt sich

Vertiefung Begrifflichkeiten & Abgrenzung Alternativangebote

Benutzt die bereitgestellten QR-Codes, um zwei Informationsvideos anzusehen.

- ① Scannt den ersten QR-Code ein, um ein Video zu den Begriffen Ergänzungsangebote und Zusatzangebote anzusehen. In diesem Video werden die Begriffe und weitere verwandte Konzepte klar und verständlich erklärt.



How To?

Öffne die Kamera-App auf deinem **iPhone** und scanne den Code damit. Für **Android** suche im Play Store nach „QR Code Secuso“. Diese App ist kostenlos und datenschutzfreundlich.

Viel Erfolg!

- ② Scannt den zweiten QR-Code ein, um ein Video über den Unterschied zwischen Ergänzungs- und Zusatzangeboten und Alternativangeboten anzusehen.



How To?

Öffne die Kamera-App auf deinem **iPhone** und scanne den Code damit. Für **Android** suche im Play Store nach „QR Code Secuso“. Diese App ist kostenlos und datenschutzfreundlich.

Viel Erfolg!

Nach dem Anschauen der Videos könnt ihr euer Verständnis überprüfen und Fragen stellen.