

Inhaltsverzeichnis

Door2Door - DIREKTVERKAUF DER BESONDEREN ART	2
Allgemeine Definition Door2Door	2
Das Konzept von Door2Door	2
Die 5 Phasen des Door2Door Verkaufs	3
Warum ist Door2Door noch so wirksam?	4
Vorteile D2D im Telekommunikationsbereich	5

Door2Door - DIREKTVERKAUF DER BESONDEREN ART

Allgemeine Definition Door2Door

Angesichts der Bequemlichkeit des weiter steigenden Online-Verkaufs übersieht man leicht die Bedeutung der persönlichen Verbindung im Verkauf. Anstatt nur über einen Bildschirm einzukaufen, bevorzugen noch viele Interessenten eine direkte Erfahrung.

Aus diesem Grund bleibt der „Haustürverkauf“ ein wichtiger Bestandteil in der Vermarktung von Produkten oder Dienstleistungen. Der „Tür-zu-Tür-Verkauf“ ist eine besonders effektive Technik um Kunden persönlich anzusprechen und Sie vom Angebot zu überzeugen.

Der Vorgang, eine Region zu erkunden und mit Interessenten von Angesicht zu Angesicht über die Vorteile eines Produkts oder einer Dienstleistung zu sprechen, wird als Door2Door Geschäft bezeichnet.

Das Konzept von Door2Door

Grob lässt sich das Door2Door Konzept (kurz auch D2D) in 2 Kategorien aufteilen. Es gibt den Direktverkauf, bei dem Verbraucher die Ware oder Dienstleistung angeboten bekommen und verkauft wird - dieser Vorgang findet in den Privaträumen oder direkt an der Tür von dem potentiellen Privatkunden statt. Handelt es sich um Gewerbekunden (B2B Geschäft), erfolgt der Vertrieb am Geschäftssitz des Kunden – hier wird verständlicherweise nicht an der Tür direkt das Angebot unterbreitet. Die Promotion bildet den zweiten Teil des D2D Konzeptes. Bei dieser Variante geht es vor allem darum, Menschen zu informieren und das Image des eigenen Unternehmens aufzubauen. Der Verkauf steht zunächst im Hintergrund. Der direkte Kontakt ermöglicht es den zuständigen Vertretern, Interviews, Umfragen und aufschlussreiche Interaktionen mit Interessenten durchzuführen.

Gerade bei Artikeln oder Dienstleistungen die viele Informationen erfordern ist der Verkauf oder die Informationsweitergabe an der Tür ein klarer Vorteil. Gut informierte Kunden nehmen

das entsprechende Angebot eher an als nicht oder nur zum Teil Informierte, da wir mit unserer Persönlichkeit das nötige Vertrauen fördern können.

Mögliche Bereiche für das Konzept an der Tür sind: Telekommunikations- und Energiegeschäft, Haushaltsgeräte oder Nahrungsergänzungsmittel.

Die 5 Phasen des Door2Door Verkaufs

- **Prospektion:** Prospektion ist der Prozess der Suche nach neuen Interessenten, die für Ihren Verkaufstrichter von entscheidender Bedeutung sind. Sie benötigen einen beständigen Zustrom neuer Kunden um weiter zu wachsen.
- **Qualifizierung:** Qualifizierung bedeutet, die Anforderung eines Interessenten zu erkennen, die einer der von Ihnen angebotenen Leistung oder Ergebnis entspricht. Potenzielle Kunden werden anhand ihres „Schmerzes“ (genügend Schmerzen zum Kaufen), ihres Budgets (finanzielle Mittel zum Kaufen) und ihrer Auswahl (Autorität zum Kaufen) qualifiziert. Ein Door2Door Verkäufer muss mehrere offene Fragen stellen, genau zuhören und richtig antworten.
- **Pitching:** Beim Pitch machen Sie einem qualifizierten Interessenten ein Angebot und erläutern die Vorteile in kurzer Zeitvorgabe. Das Verständnis der Anforderungen des Leads ist hierbei entscheidend für Ihren Erfolg. Sie gehen auf Nachfragen ein und erklären, wie Ihr Produkt das Leben oder die Arbeit verbessert oder vereinfacht. Dies ermöglicht es mit der Verkaufspräsentation eine persönliche Verbindung zum Interessenten aufzubauen.
- **Abschluss:** Beim Abschluss geht es darum dem möglichen Abnehmer davon zu überzeugen, Ihre Waren oder Dienstleistungen zu kaufen. Es gibt dabei mehrere Möglichkeiten einen erfolgreichen Abschluss zu erreichen. Die Entscheidung, welche Methode sich als richtig darstellt ist mit die wichtigste Fähigkeit für den effektiven Haustürverkauf.
- **Nachverfolgung:** Nach dem positiven Entschluss sollte der Door2Door Vertriebsmitarbeiter beim Kunden nachfassen. Er stellt sicher, dass der Kunde das erhalten hat was er sich gewünscht hat und mit dieser Entscheidung zufrieden ist, auch noch Tage nach dem Gespräch. Die Nachverfolgung ist ein wichtiger Schlüssel für den

Aufbau einer langfristigen Beziehung zu Ihrem neuen Kunden. So können sich zukünftige Chancen ermöglichen, bei sich mit der Zeit wechselnden Bedürfnissen.

Warum ist Door2Door noch so wirksam?

- **Verstärkter Wettbewerb**

Die Branche ist heutzutage übersättigt, und selbst die vielversprechendste Marketingstrategie kann in der Masse untergehen. D2D-Verkäufe ermöglichen es Unternehmen sich in einem überfüllten Markt eine Nische zu erschließen, indem sie den persönlichen Kontakt aufbauen und pflegen. Gerade Interessenten, die sich anderen Mitteln der Verbraucheransprache widersetzt haben sind so positiv zu begeistern und überdenken Ihre vorherige Entscheidung.

- **Door2Door Marketing ist sehr vielseitig**

Im Vergleich zum typischen Verfahren zur Einführung eines Produkts oder einer Dienstleistung, dass die Kosten unter anderem für Marktforschung, PR Arbeit, Grafikdesign umfasst, ist der Verkauf von Tür zu Tür ein günstiger und schnellerer Ansatz, um das Ziel zu erreichen.

- **Gründliche Marktforschung**

Da der Außendienstmitarbeiter maximal ungefilterte Kommunikation mit potenziellen Kunden führt, können Sie weder durch die Einrichtung von Fokusgruppen noch durch den Einsatz von Umfrageunternehmen herausfinden, was Kunden über Ihr neues Produkt/Dienstleistung denken oder fühlen.

- **Individualisierung**

Online-Marketing hat es Unternehmen ermöglicht, eine große Anzahl von Kunden gleichzeitig zu kontaktieren, aber die zu vermittelnde Botschaft kann viel umfassender sein. Door2Door-Werbung ermöglicht es Vertrieblern, auf einer persönlicheren Ebene mit Interessenten in Kontakt zu treten, Fragen zu stellen und ihre Antworten zu bewerten. Nur vor Ort kann der Verkäufer nonverbale Hinweise aufgreifen und die Methode ändern, um den individuellen Anforderungen der Interessenten gerecht zu werden. Auch eine persönliche Präsentation mit zeitnahen Antworten auf eventuelle Fragen durch einen zuverlässigen Ansprechpartner führt wesentlich eher zum Kauf als unpersönliche und nicht zielgruppenorientierte Anzeigen.

Erreichen der Zielgruppe

Door2Door gilt als der effizienteste Weg zur Kundenakquise, der es vor allem jungen oder auch regionalen Unternehmen ermöglicht, schnell eine Masse von Kunden aufzubauen.

- **Nachfrage schaffen**

Da viele Ihrer Kunden nicht wissen, dass Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung existiert, ist der Tür-zu-Tür-Verkauf eine fantastische Technik, um die Nachfrage direkt oder zu einem späteren Zeitpunkt zu erwecken. Das Interesse und die Kaufbereitschaft des Kunden liegt in den eigenen Händen.

Vorteile D2D im Telekommunikationsbereich

Es gibt eine Vielzahl von Gründen, warum der Haustürverkauf ein effektiver Verkaufsansatz in Bezug auf Telekommunikationsprodukte ist. Einige Vorteile dieser Methode sind:

- **Vergleichen und Mehrwert schaffen**

Werbemaßnahmen vor Ort waren für Telekommunikationsanbieter schon immer effektiv, da sie zwingende Gründe für einen Wechsel von einem derzeitigen Anbieter zu einem neuen Dienst darstellen können. Wenn Verkäufer von Angesicht zu Angesicht mit Nutzern sprechen, die den Wechsel oder Neuauftrag eines Telekommunikationsdienstes wünschen, kann man Leistungen und Preise gemeinsam vergleichen und Servicewünsche individuell anpassen.

- **Artikel für Kunden sichtbar machen**

Viele Menschen zögern möglicherweise, ein Telekommunikationsprodukt zu kaufen, das sie noch nicht kennen. Sie können über technische Fortschritte und Ihren persönlichen Nutzen für jetzt oder in der Zukunft umfangreich aufgeklärt werden. Das Verkaufspersonal kann den Verbrauchern auch Produktvorführungen geben, um ihnen zu helfen, die Funktionsweise der Artikel zu verstehen. Dies bietet die Möglichkeit, bestimmte Fragen zum Produkt direkt beantwortet zu bekommen, die mit herkömmlichen Werbeansätzen nicht möglich wären.

- **Erstellen Sie einen Kundenstamm**

Door2Door Vertrieb ist eine extrem effektive Methode, um neue Kunden zu gewinnen. Ein kurzes persönliches Gespräch kann ausreichen, um einen jemanden schnell und gewissenhaft von einem Kauf zu überzeugen. Selbst wenn niemand an der Tür anzutreffen ist kann der Verkaufsmitarbeiter eine Broschüre oder einen Flyer mit persönlichen „Abdruck“ über das Anliegen hinterlassen. Nicht angetroffene Personen können dadurch inspiriert werden, mehr über Ihre Absichten zu erfahren und einen möglichen Lead im Nachgang generieren.

- **Beziehungen aufbauen**

Die Fähigkeit, eine persönliche Verbindung herzustellen, ist im Door2Door Geschäft unerlässlich. Wenn Vertriebsmitarbeiter mit potenziellen Kunden sprechen, konzentrieren sie sich häufig darauf, Fragen zu stellen, um Anforderungen und Bedenken zu verstehen. Dies kann ihnen dabei helfen, Gemeinsamkeiten mit dem Käufer zu entdecken, wodurch der Vertriebsprofi eine echte persönliche Verbindung aufbauen kann. So können Interessierte frei Fragen zu Telekommunikationsprodukten und deren Entwicklung stellen.

- **Stellen Sie sicher, dass die Leute auf Ihre Angebote aufmerksam werden**

Viele Menschen sind durch das gegenwärtige Werbeaufgebot gegenüber Werbespots desensibilisiert worden. Viele Personen schalten Werbung aus oder ignorieren sie. Einige verfügen bereits über Tools mit denen sie Werbung vollständig vermeiden können. Mitarbeiter im Außendienst haben die einzigartige Chance, Kunden an der Haustür anzusprechen, um sie vor Ort aufzuklären ohne vorherige Ablehnung zu erfahren.

- **Nachfrage schaffen**

Menschen sind sich möglicherweise nicht bewusst, dass ebenfalls neue Produkte oder Dienstleistungen auf den übersättigten Marktplätzen angeboten werden. Ein Door2Door Verkauf kann neue Kunden anlocken und inspirieren, was zu einer erhöhten Nachfrage nach den Artikeln und Dienstleistungen führt. Die Menschen tappen in der Welt neuer Techniken und Ihren zukünftigen Vorteilen der Telekommunikation meist im Dunkeln oder sind falsch informiert. Der beste Weg zum Erfolg ist die direkte und sachliche Diskussion.

Bieten Sie einen personalisierten Ansatz an

Viele Kunden bevorzugen eine individuellen Beratung. Der Haustürverkauf ermöglicht es ihnen, direkt mit einem Vertriebsmitarbeiter der Organisation zu sprechen. Die Verbindung auf der Beziehungsebene führt zu einer maßgeschneiderten Erfahrung die auf den Wünschen und Sorgen des Kunden basiert.

- **Zeigen Sie Körpersprache**

Bei einem Haustürverkauf darf man eins nicht vergessen – die Augen schauen auf beiden Seiten mit. Vertriebsprofis können nonverbale Hinweise beobachten oder aber auch eigene Gestiken und Mimiken zu Ihrem Vorteil einsetzen. Um ein effektiveres Verkaufserlebnis zu bieten, können sie ihre Ansätze basierend auf der Körpersprache Ihres Gegenübers ändern.

- **Unterstützung bei der Marktforschung**

Verkaufsorganisationen können durch den Einsatz von Mitarbeitern an der Tür Echtzeit-Feedback zu ihren Produkten und Dienstleistungen sammeln. Diese Diskussionen geben Auskunft darüber, was Kunden wirklich denken und wünschen. Diese Methode des Sammelns von Input kann erfolgreicher sein als das Versenden von Fragebögen oder das Durchführen von Fokusgruppen. Es besteht die Möglichkeit bei Bedarf direkt zu handeln.