

Wer bin ich?

Ich bin Kim und unterstütze Selbstständige und Gründerinnen dabei, den Vorteil ihres Angebots für ihre Kundinnen und Kunden greifbar zu machen und Verkaufsgespräche so zu führen, dass eine Entscheidung leichter fällt. Denn oft scheitert ein Verkauf nicht am Angebot selbst, sondern daran, dass der Nutzen nicht klar wird oder das Gespräch ohne konkretes Ergebnis endet. In meiner Expertensprechstunde schauen wir uns genau deine Situation an und entwickeln gemeinsam Lösungen, die du direkt in deinen nächsten Kundengesprächen anwenden kannst.

Wobei kann ich helfen?

Du bringst deine aktuelle Situation und deine Fragen mit – wir nutzen die 20 Minuten, um genau dort anzusetzen, wo du gerade festhängst. Das können Fragen zu deinem Angebot, deiner Preisgestaltung oder zu konkreten Verkaufsgesprächen sein. Vielleicht hattest du schon Gespräche, aus denen keine Kunden geworden sind, bist unsicher, wie du dein Angebot verständlich erklärst, oder fragst dich, warum Interessenten zwar Interesse zeigen, sich am Ende aber nicht entscheiden. Gemeinsam reflektieren wir deine Situation, denken mögliche Lösungen durch und entwickeln konkrete Ansätze, die du direkt ausprobieren kannst. Um zielführend zu arbeiten, bring bitte deine Fragen und Fälle mit.

Zielgruppe

Die Sprechstunde richtet sich an Gründerinnen und Gründer sowie Solo-Selbstständige, die ihren ersten oder ihren nächsten Kunden gewinnen möchten. Besonders wertvoll ist sie, wenn bereits ein Angebot oder eine Dienstleistung vorhanden ist und idealerweise schon erste Kundengespräche stattgefunden haben. Denn genau diese Erfahrungen können wir gemeinsam reflektieren und daraus konkrete Verbesserungen ableiten. Wer noch ganz am Anfang steht und noch keine Idee oder kein konkretes Angebot entwickelt hat, profitiert in der Regel von einer früheren Phase der Gründungsberatung.

Fehler

Ein häufiger Fehler ist, dass Gründerinnen und Gründer ihr Angebot erklären, anstatt die Veränderung zu beschreiben, die ihre Kundinnen und Kunden dadurch erreichen. Sie sprechen über Leistungen, Abläufe oder Methoden – während ihr Gegenüber sich eigentlich fragt: „Was bringt mir das konkret?“

Menschen kaufen keine Dienstleistung um ihrer selbst willen. Sie kaufen die positive Veränderung, die sie sich davon versprechen. Wer diesen Unterschied im Gespräch deutlich macht, hat oft schon den größten Schritt in Richtung einer Kaufentscheidung geschafft.