

## **Arbeitsblatt**

### **Die Columbo-Strategie - Beziehungsmanagement**

#### **Kapitel 1**

Bevor Sie beginnen, die Erfolgsfaktoren von Columbo zu lesen:

Schreiben Sie sich einige Gedanken auf, was Sie selber noch über den zerstreuen Fernsehkommissar wissen. Was ist Ihnen im Gedächtnis geblieben?

---

---

---

---

---

#### **Kapitel 3.2.**

Skizzieren sie auf einer Seite Papier eine Übersicht Ihres eigenen Netzwerks. Versuchen Sie dabei auch eine Einteilung in Gruppen oder Kategorien.

Diese können sein:

geschäftlich - privat - beides

gute Beziehung - weniger gut

Abhängigkeiten - Beziehungen zwischen den Partnern

Kunde - Lieferant - Mentor - Ideengeber - Berater - Dienstleister

#### **Kapitel 4.2.**

Erstellen Sie eine Liste der Merkmale und Nutzen Ihres Produkts, Angebots oder Ihrer Dienstleistung.

Formulieren Sie im zweiten Schritt daraus Wunscherfüllungen.

---

---

---

---

---

### **Kapitel 4.3.**

Wählen Sie jetzt drei Ihrer Produkte oder Dienstleistungen aus und formulieren, wie diese die vier Grundbedürfnisse Ihrer Kunden abdecken.

Wie helfen Sie Ihren Kunden, diese Bedürfnisse zu befriedigen?

Wie kann sich der Kunde mit Ihrem Angebot konkret seine Wünsche erfüllen.

1. Produkt:

---

---

---

---

---

2. Produkt:

---

---

---

---

---

3. Produkt:

---

---

---

---

---

### **Kapitel 5.1.2. Ziele für Gespräche setzen.**

Wenn Sie nicht vor jedem Verkaufsgespräch ein Ziel setzen können oder wollen? Bitteschön, dann tun Sie es jetzt einmal pauschal für alle:

Meine Ziele für Verkaufsgespräche, Mitarbeitergespräche usw.:

---

---

---

---

---

Fokussieren Sie sich nun auf den Aspekt des Beziehungsmanagements. Welche

---

---

---

---

---

### **Kapitel 5.1.3.2.**

Eine Übung zur eigenen Klarheit:

Schreiben Sie bitte jetzt Ihren ersten Kunden auf:

---

---

Warum haben Sie diesen Kunden bekommen?

---

---

---

Bitte sammeln Sie jetzt die ersten 10 Kunden und schreiben diese auf:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Warum ist es Ihnen gelungen, diese für sich zu gewinnen?

Welche Gemeinsamkeiten gibt es dabei?

Was bedeutet diese Erkenntnis für Ihre zukünftige Akquisestrategie?

---

---

---

---

---

### **Kapitel 5.2.**

Nehmen Sie drei Ihrer Produkte und Dienstleistungen und schreiben Sie auf, warum Ihre Kunden diese gerade bei Ihnen kaufen sollen. Oder: Warum sind diese Produkte bei Ihnen besser als bei Ihren Mitbewerbern?

Produkt 1:

---

---

---

---

---





## **Kapitel 5.4.**

Welche nächsten Schritte werden Sie zur Erweiterung Ihres Netzwerks tun?  
(Veranstaltungen, Verbände, Internetforen, ...)

---

---

---

---

---

### **Kapitel 5.4.3. Wie kann ich einen Kontakt knüpfen?**

Damit Ihnen nicht zu viele Chancen durch verpaßte Kontakte entgehen, sollten Sie sich zuerst einmal fragen:

Wie kann ich das Interesse des Kunden innerhalb von zehn Sekunden wecken?  
Schreiben Sie Ihre Antworten auf:

---

---

---

---

---

Damit haben Sie schon Ihren Gesprächseinstieg gefunden, wenn es sich um rein geschäftliche Kontakte handelt, egal ob persönlich oder am Telefon.

### **Kapitel 5.5.1.**

Wählen Sie eine Dienstleistung oder ein Produkt, das Sie gerne verbessern möchten:

---

---

---

---

---

Suchen Sie sich nun mindestens fünf Kunden aus, die Sie fragen können: Was können wir tun um unser Angebot in Ihrem Sinne zu verbessern?

---

---

---

---

---

Fragen Sie jetzt Ihre Kunden.



**Kapitel 5.8.1.**

Wie schaffen Sie sich einen Wettbewerbsvorsprung?

In welchem Bereich sind Sie als Verkäufer erster, einziger, bester, hilfsbereitester oder schnellster?

Erster:

---

---

---

---

---

Einziger:

---

---

---

---

---

Bester:

---

---

---

---

---

Hilfsbereitester:

---

---

---

---

---

Schnellster:

---

---

---

---

---

**Kapitel 5.10.1.**

Schreiben Sie jetzt Ihre Ideen auf: Wie können Sie mit Ihrem Angebot bei Gesprächspartnern Aha-Erlebnisse schaffen?

---

---

---

---

---



