

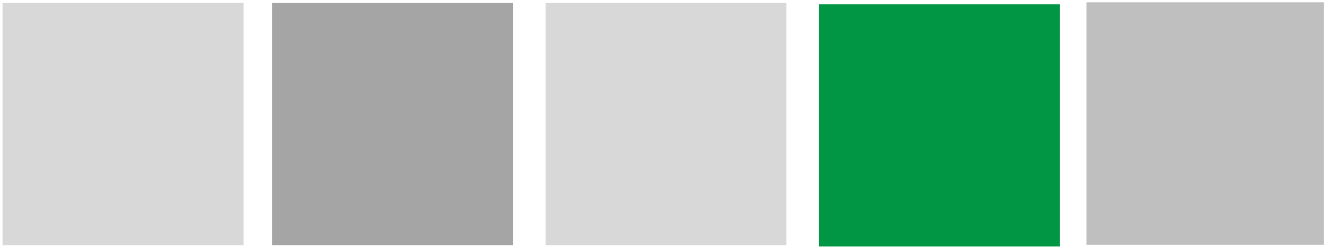
## Veranstaltung Regionalgruppe Baden-Württemberg

**Eine wichtige Lektion aus dem Vertrieb: Ein erfolgreicher Redenschreiber zu sein heißt auch, ein guter Verkäufer zu sein!**

### ALEXANDRA DONATH

Das Geheimrezept eines erfolgreichen Redenschreibers verbirgt sich hinter drei Eigenschaften: Er ist Mensch, Berater und Verkäufer zugleich. Mensch und Berater zu sein, fällt häufig leicht – beides geht mit dem Beruf des Redenschreibers einher. Doch ein Verkäufer zu sein? Seine Handwerksqualität gezielt und auf den Punkt zu verkaufen? Dem Kunden aufzeigen, dass es sich lohnt, in eine professionelle Rede zu investieren? Das klingt häufig einfacher, als es wirklich ist. Aus diesem Grund lud Alexandra Donath, die Gründerin der Regionalgruppe Baden-Württemberg, zu dem Vortrag „Nutzenargumentation – Vertrieb des Redenschreibens“ ein. Die Mitglieder der Regionalgruppe bekamen die einmalige Chance, Einblick in die Welt des Vertriebs zu erhalten.

Kai Pfersich ([www.thevaluecompany.de](http://www.thevaluecompany.de)) – Berater, Coach und Trainer für unternehmensinterne Vertriebsentwicklung und ebenfalls Mitglied im VRdS – legte den Redenschreiberinnen und Redenschreibern aus Baden-Württemberg in einem anschaulichen Vortrag die Grundregel des Vertriebs dar: „Wollen wir uns bestmöglich verkaufen, dann müssen wir uns in unseren Kunden hineinversetzen und dessen Motiv erkennen“, so Pfersich. Hierfür empfahl der Vertriebspezialist sich eines mutigen, aber entscheidenden Kniffs beim ersten Kundengespräch zu bedienen: Fragt der potenzielle Kunde den Redenschreiber, weshalb er ihn buchen bzw. in eine professionelle Rede investieren soll, dann gilt zu antworten: „Keine Ahnung! Lassen Sie uns das gemeinsam herausfinden!“ oder „Das kann ich Ihnen noch nicht sagen. Ich freuen mich, wenn wir das jetzt im Gespräch gemeinsam herausfinden!“. Was durch diesen Kniff passiert, ist, dass eine entspannte Atmosphäre sowie eine offene Gesprächsführung zwischen



Redenschreiber und Kunden entstehen. Nun kann der Redenschreiber spezifisch das Wofür und das persönliche Ziel der Rede sowie die Auswirkungen einer katastrophalen Rede beim Kunden erfragen. Erst jetzt ist der Grundstein gelegt, um den individuellen Nutzen des Kunden abzuwägen. Ein individueller Nutzen wäre zum Beispiel, weniger Pressetermine in den nächsten Wochen und dafür abends eine Stunde länger Zeit für die Tochter sowie mehr Zeit für liegengebliebene Aufgaben zu haben.

Der Vortragsabend war für die Regionalgruppe eine wichtige Lektion in Sachen Vertrieb: Gerade für selbstständige und freiberufliche Redenschreiberinnen und Redenschreiber ist es bedeutsam, wie ein Vertriebler zu denken. Erst wenn dem Kunden sein individueller Nutzen einer professionellen Rede aufgezeigt wird, kann ein Redenschreiber seine Leistung erfolgreich anbieten. Da die Kosten für eine professionelle Rede häufig noch zu erstaunen führen, kann vertriebliches Denken und eine gezielte Nutzenargumentation ebenso zu einer neuen Wertschätzung des Handwerks „Redenschreiben“ führen.

„Diese Veranstaltung zeigt einmal mehr, welche Bedeutung der Arbeit der Regionalgruppen in unserem Verband zukommt, und wie gewinnbringend sie für die Mitglieder ist“, so Kerstin Moll, Schriftführerin und Beauftragte für Regionalgruppen im Präsidium des VRdS, die früher selbst einmal eine Regionalgruppe ins Leben gerufen und geleitet hat. Das Präsidium wird dieses Engagement und solche Expertenvorträge weiterhin gezielt unterstützen.