

Gebrauchsanweisung Kunde: So klappt Verkauf mit WOW-Effekt TOP-TIPPS für mehr Erfolg im Verkaufsgespräch

Der Druck auf Verkäufer steigt immens, denn die Produkte werden immer vergleichbarer und austauschbarer dank Google & Co. Was nun? Zeit zu überdenken, was Sie tun können um Ihren Wettbewerbsvorteil als Verkäufer auszubauen. Und hierbei gewinnt vor allem Ihre Persönlichkeit gegenüber dem starken Zahlendruck.

1.) Achtung Glaubenssatz: Kunde ist König?

Leben Sie diesen Glaubenssatz in Ihrer Praxis? Wenn ja, dann stellen Sie sich bitte die Frage: „Wenn Ihr Kunde König ist, wer sind dann Sie als Verkäufer?“. Oft höre ich hier von meinen Teilnehmenden „Oje, der Hofnarr! Diener!“. Und genau hier sehen wir schon die Auswirkung dieses Glaubenssatzes. Achten Sie auf das partnerschaftliche Prinzip der Augenhöhe. Denn, Sie sind genau so viel wert wie Ihr Kunde! Begegnen Sie diesem deshalb respektvoll auf Augenhöhe ohne selbst devot in den Tiefstatus zu rücken und somit in die Rolle des Bittstellers. Der Kunde wird Sie umso mehr zu schätzen wissen, wenn Sie selbstbewusst statt demütig auftreten.

2.) Innere Haltung bewusst wählen!

Die gute Nachricht lautet: Sie können Ihre Einstellung jeden Tag auf's Neue selbst wählen, gehen Sie also positiv und freudig an die Arbeit statt mit einer deprimierten Haltung ganz nach dem Prinzip: Naja, was muss, das muss halt sein. Denn eines zeigt sich ganz klar. Verkäufer, die in einem Kundengespräch positiv drauf sind, wirken auch positiv und versprühen eine gewinnbringende Energie. Und genau DAS will der Kunde, denn wir kaufen gerne von Gewinnern, nicht von Opfern!

3.) Berater oder Verkäufer?

Berater beraten gerne umfassend, stehen für Wissensvermittlung und lassen ihre Kunden selbst entscheiden. Gut gemeint, aber fatal! Denn, wenn der Kunde unschlüssig ist und während seinen Überlegungen auf einen Verkäufer trifft, dann hat der Berater vielleicht soeben das Geschäft verloren. Als engagierter Verkäufer ermitteln Sie zuerst die konkreten Bedürfnisse Ihres Kunden, unterstützen ihn aktiv bei der Kaufentscheidung und motivieren ihn zum Abschluss. Ein Verkäufer würde niemals seinen Kunden im Regen stehen lassen und sagen: „Na, da kann ich Ihnen nicht helfen, die Entscheidung müssen Sie selbst treffen!“.

4.) Wer fragt, der führt!

Die Qualität der Fragen im Kundengespräch entscheidet über Erfolg oder Misserfolg. Warum ernten 95% aller Verkäuferinnen ein „Nein, danke – ich schaue nur mal!“ nach der Frage: „Kann ich Ihnen helfen?“. Klar, weil diese Binärfrage zu einem „Ja“ oder „Nein“ einlädt, statt

offen den Bedarf kund zu tun. Deshalb stellt der erfolgreiche Verkäufer offene Fragen in der Analyse, damit er möglichst viel in Erfahrung bringt. Je mehr ein Verkäufer über seinen Kunden weiß, desto gezielter wird sein Angebot gelegt. Also gilt in der Analyse: Der Verkäufer hat lediglich einen Gesprächsanteil von 20%, der Kunde hingegen zu 80%.

5.) Verkaufen Sie Emotionen statt Zahlen, Daten, Fakten

Produkte sind vergleichbarer denn je. Produkte verkaufen kann jeder. Und genau das unterscheidet einen Topverkäufer von einem mittelmäßigen Verkäufer: der Topverkäufer verkauft ein emotionales Gesamtpaket, d.h. er erfüllt Wünsche, Sehnsüchte oder er schafft es durch sein Angebot, Probleme zu beheben. So verkauft ein mittelmäßiger Finanzberater z.B. einen Bausparer. Ein Topverkäufer verkauft hingegen den Wunsch, sich und seinen Liebsten in ein paar Jahren Traumurlaube, einen lang ersehnten Hausumbau oder die Sicherheit zu verkaufen, damit der Kunde ein gutes Gefühl dabei hat und sich darauf verlassen kann, dass zwischenzeitlich sein Geld optimal für ihn arbeitet und gespart wird.

6.) Abschluss initiieren, nicht totreden

Viele Verkäufer haben im Abschluss Angst vor einer Preisverhandlung oder einem „Nein!“ des Kunden. Deshalb versuchen sie ihm das Produkt noch möglichst schmackhaft zu machen, obwohl der Kunde vielleicht schon mehrmals ein Ja-Signal gegeben hat. In der Hitze des Gefechts geht der verunsicherte Verkäufer darauf nicht ein, sondern versucht am Ende nochmals alle Vorteile genau aufzulisten. Was passiert? Er zer-redet seinen Abschluss, statt einfach den Kunden zu fragen: „Und ab wann wollen auch Sie gerne von diesen Vorteilen profitieren?“. Je mehr der Verkäufer im Abschluss zusammenfasst und nochmals erklärt, desto eher wirkt diese Abschlussphase wie eine Rechtfertigung. Damit verunsichern Sie Kunden und verhindern den Abschluss.

7.) „Geht noch was beim Preis?“

Die mühsame Preisdiskussion: das Thema schlechthin im Verkauf. Okay, zuerst mal eines vorweg: Geben Sie Prozente oder nicht? Wenn Ihr Kunde einmal Prozente bekommen hat – was lernt er dadurch? Genau, er denkt sich: ha, da geht noch was. Immer! Und genau so wird sich Ihr Kunde dann auch verhalten. Sie haben es ihm ja so gelernt. Klären Sie zuerst für sich ab, ob Sie wirklich Prozente geben wollen oder darauf verzichten. Tipp: Halten Sie Ihren Preis so hoch als möglich und geben Sie ja nicht sofort nach. Eine Variante ist auch die Technik: „Sagen Sie, worauf würden Sie denn verzichten können in der Leistung, damit sich der Preis reduziert?“. Geben Sie nie nach, ohne zu kämpfen, denn sonst verlieren Sie Ihre Glaubwürdigkeit und das Produkt seinen Wert.

Auch Interesse an Ihrer Performance zum Erfolg zu feilen?

Dann freuen wir uns, wenn Sie mit uns in Kontakt treten unter: office@agha-schantl.com

Kontakt (Presse & Bookings):

Mag. Silvia Agha-Schantl
Business Training & Coaching / Moderation / Speaking
Passauer Platz 6
1010 Wien
T: 0650/3362233