

Verkaufsförderung

Verkaufen und die Kunst des Schweigens

Ist Verkaufen Zauberei? Ist es Tiefenpeilung ins Innerste der Seele? Hat irgendein genialer Kopf auf dem Gebiet des Verkaufens vor kurzem einige neue Tricks erfunden? Keineswegs! Verkaufen ist beinahe so alt wie die Menschheit selbst.

Trotzdem gibt es einige Kommunikations-Richtlinien, die Ihnen bei Ihren Verkaufsgesprächen helfen können. Und bedenken Sie vor allem: Auch wenn als Verkäufer immer noch hauptsächlich redegewandte Personen gesucht werden – die Kunst des Verkaufens liegt vielmehr in der Fähigkeit des Fragens, Hörens und Schweigens.

Vergessen Sie am Beginn des Gesprächs Ihr Produkt und nehmen Sie wirklich die Kundensituation wahr.

Was Verkäufer im Allgemeinen sehr gut können, ist eine perfekte Präsentation ihrer Produkte samt deren Stärken und Vorteilen. Das sollte man zu Beginn des Verkaufsgesprächs am besten vergessen. Wesentlich ist, zu wissen, was der Kunde braucht und nicht, wie toll die eigenen Produkte sind.

Fragen Sie Ihre Kunden nach Entscheidungskriterien in der Vergangenheit, dann erfahren Sie viel für die Zukunft.

Zu Beginn eines Verkaufsgesprächs sollte ein Verkäufer seinen Kunden immer nach dessen Situation fragen: Was besitzt dieser bereits, wozu soll die neue Anschaffung dienen. Dafür ist es vor allem wichtig zu wissen, aus welchen Gründen der Kunde sich in der Vergangenheit für dieses oder jenes Produkt entschieden hat. Wenn man erfährt, nach welchen Kriterien der Kunde auswählt, welchen Lieferanten er bislang bevorzugt hat, hat man eine Menge über seine Bedürfnisse gelernt.

Sie wollen zu argumentieren beginnen, zwingen Sie sich, NOCH eine Frage zu stellen.

Hat der Verkäufer nun das ganz bestimmte Gefühl, alle notwendigen Fragen gestellt zu haben und will bereits beginnen, seine „Verkaufsargumente“ aufzuzählen, - dann sollte er sich zwingen, möglichst noch eine Frage zu stellen. Das richtige Argument für die eigenen Produkte kommt dann von selbst – und zwar vom Kunden. Erst dann sollte der Verkäufer mit seiner Präsentation beginnen und alles darlegen, was für seine Produkte spricht.

Sie wissen genug und haben alle für den Kunden relevanten Argumente genannt - jetzt verfallen Sie in SCHWEIGEN.

Und wenn der Verkäufer davon überzeugt ist, alle für den Kunden relevanten Umstände besprochen und dargelegt zu haben, dann hat er seinen Part zu Ende gespielt. Denn dann ist es Zeit zu schweigen, dann ist der Kunde dran. Denn dieser braucht Zeit, um das Gehörte zu verdauen. Ein neuer Redeschwall nimmt ihm diese Möglichkeit.

Sie halten dieses Schweigen nicht aus und beginnen die Argumentation neu - und machen Ihren Abschluss (wahrscheinlich) zunichte.

Man muss aber erst lernen, ein solches Schweigen auszuhalten. Schweigen ist in unserer Gesellschaft nicht gerade positiv behaftet, wird oft sogar als Passivität ausgelegt. Wir sind auf Kommunikation hin trainiert – auch wenn dies in manchen Situationen nicht besonders hilfreich ist. Dazu stehen die meisten Verkäufer unter einem massiven Erfolgsdruck und sind während des Verkaufsgesprächs mit ihren Gedanken schon beim Meeting mit dem Verkaufsleiter, wo sie ihre Verkaufszahlen zu rechtfertigen haben. Auch bei Verkaufsschulungen liegt das Hauptaugenmerk darauf, zu reden, zu überzeugen, zu argumentieren und den Kunden etwas einzureden.

Zuhören statt einreden.

Dass die meisten Verkäufer lieber auf ihre Kunden einreden anstatt ihnen zuzuhören liegt auch in den jeweiligen Erfahrungen in der Kindheit begründet. Die meisten von uns lernen recht bald, dass es ein Sieg ist, jemanden von den eigenen Argumenten zu überzeugen. Zuzuhören, auf andere Bedürfnisse einzugehen, Kompromisse zu schließen, wird allgemein als Zeichen von Schwäche, als Niederlage angesehen. Wir kommen nicht zuhörend auf die Welt. Dabei kann nur der erfolgreich agieren, der den anderen wahrnimmt. Wer hingegen von vornherein damit rechnet, von seinem Gesprächspartner über den Tisch gezogen zu werden, kommt aus lauter Stress nicht zum Zuhören. Was hilft hier?

Sprechen Sie anders als andere Verkäufer: Bleiben Sie in Ihrer eigenen Sprache und vermeiden Sie manipulative Formulierungen oder Fragen.

Überprüfen Sie ihren Kommunikationsstil. Wenn man immer an denselben Dingen scheitert, dann liegt es ja vielleicht an einem selbst. Verkäufer werden oft immer nach denselben Methoden trainiert und haben immer wieder dieselben negativen Erlebnisse. Dann wird entweder der Verkaufsleiter ausgewechselt, oder die Produkte bekommen ein neues „Mascherl“. Die Lösung ist aber ganz einfach: Den Menschen einfach als Menschen wahrnehmen.

Quelle:

Zur Verfügung gestellt von Gisela Kaltenhofer, GfP Gesellschaft für Personalentwicklung GmbH