

Verkaufsgespräch

Wie Sie bei einem Verkaufsgespräch vorgehen sollten

Egal, ob Sie in der Versicherungsbranche, im Reisebüro oder im Einzelhandel tätig sind, jeder von Ihnen führt regelmässig Verkaufsgespräche durch, die im besten Fall in einem erfolgreichen Abschluss münden

Die Gesprächseröffnung

Sehr viele Verkaufsgespräche finden als Einzelsitzung in den Räumen des Kunden statt. Daher stellen wir hier eine solche typische Situation vor. Die Eröffnung eines Verkaufsgesprächs wird oft mit folgender Situation verwechselt:

“Hallo Herr Meier! Na, wie geht es Ihnen denn? Was macht Ihr Hund? Immer noch so ein bissiger Kerl?”

Diese so genannte Aufwärm-Phase vollzieht sich noch vor der eigentlichen Gesprächseröffnung. Natürlich erkundigen Sie sich nach dem Wohlbefinden des Kunden und machen ihm z. B. ein Kompliment zu seiner schönen Büroeinrichtung - das ist eine Frage der Höflichkeit. Mit der Eröffnung des Verkaufsgesprächs hat dies jedoch nichts zu tun.

Nach dieser “Aufwärm-Phase”, die tatsächlich nur einen kurzen Moment andauern sollte, äussern sich Kunden häufig folgendermassen:

“So, Herr Verkäufer, was haben Sie denn Gutes für mich?”

“Also, weswegen kommen Sie her?”

“Gut, fangen wir an!”... und so weiter.

Das ist das hörbare Zeichen, dass der Kunde mit dem eigentlichen Verkaufsgespräch beginnen möchte. Häufig unterstreicht er diese Aussage damit, dass er an seinem Tisch Platz nimmt oder eigene Notizen zur Hand nimmt. Erst jetzt folgt die Gesprächseröffnung.

Bevor Sie Ihre Unterlagen und Prospekte auf dem Tisch ausbreiten, schauen Sie den Kunden an und eröffnen das Gespräch, in dem Sie ihn auf generelle Bedürfnisse hin ansprechen, die sich aus seiner Position ergeben

Die Bedarfsklärung

Haben Sie mit einem Kunden zum ersten Mal zu tun, versuchen Sie, durch vertiefende Fragen so viele Informationen wie möglich über seine Wünsche und Bedürfnisse zu erhalten. Ihr Verkaufsgespräch ist umso erfolgreicher, je besser Sie den konkreten Bedarf an Ihrer Dienstleistung oder Ihrem Angebot kennen.

“Herr Müller, bevor ich Ihnen das Angebot präsentiere, brauche ich noch einige Informationen. Unser Angebot ist so reichhaltig und umfassend, dass ich Ihnen bloss Ihre Zeit stehlen würde, wenn ich Ihnen alles zeigen wollte. Ich möchte Ihnen nur das zeigen, was Sie wirklich interessiert, einverstanden?”

Der Kunde wird dies ausnahmslos bejahen. Er wird froh sein, dass Sie sich über die Zeit, die er Ihnen zur Verfügung stellt, bewusst sind.

Tipp

Notieren Sie sich die Fragen vorher. Damit erwecken Sie einen professionellen Eindruck. Schreiben Sie sich die Antworten Ihres Kunden in Stichworten auf - unterbrechen Sie aber den Blickkontakt nicht zu lange.

Die Bedarfsabklärung dauert im Normalfall 5 bis 10 Minuten. Nach Möglichkeit sollte sie nicht länger sein, denn nach etwa acht Minuten will der Kunde endlich Ihr Angebot zu Gesicht bekommen. Verlieren Sie diesen wichtigen Aspekt eines Verkaufsgesprächs nicht aus den Augen, sondern nutzen Sie auch das weitere Gespräch zu aufschlussreichen Fragen.

Fassen Sie die Aussagen Ihres Kunden kurz mit eigenen Worten zusammen. Damit stellen Sie zum einen sicher, dass Sie auch alles richtig verstanden haben, zum anderen geben Sie dem Kunden das Gefühl, dass Sie sich wirklich für seine Bedürfnisse und Wünsche interessieren.

Die Präsentation

Für eine erfolgreiche Präsentation ist es selbstverständlich, dass Ihre Unterlagen - also Prospekte, Folien, Briefe - in einwandfreiem Zustand sind. Natürlich müssen alle von Ihnen verwendeten Daten und Zahlen auch auf dem neuesten Stand sein.

Beschränken Sie sich bei der Vorstellung Ihres Angebots nicht auf die bloße Beschreibung der Produktvorteile, sondern schlagen Sie immer wieder die Brücke zu Ihrem Kunden und seinen Wünschen.

So gehen Sie mit Einwänden um

Zwischendurch wird der Kunde natürlich Fragen stellen oder Einwände anbringen. Freuen Sie sich darüber. und haben Sie keine Angst davor, denn: Solange der Kunde nichts sagt und nichts fragt, hat er zu wenig Interesse und Sie haben Ihren Job nicht gut genug gemacht. Der Kunde stellt Fragen und bringt Einwände nur dann, wenn ihn eine Sache wirklich interessiert.

Reagieren Sie sofort und greifen Sie diese Anmerkungen offensiv auf. Verschieben Sie nämlich die Beantwortung von Zwischenfragen grundsätzlich auf das Ende Ihrer Präsentation, entsteht beim Kunden der Eindruck, Sie würden nur einen auswendig gelernten Vortrag herunterspulen. Außerdem können Sie durch die professionelle Beantwortung von Fragen Ihre fachliche Kompetenz eindrucksvoll unter Beweis stellen.

Tipp

Machen Sie sich diesen erfolgserprobten Trick zu Nutze. Rechnen Sie den hohen Preis Ihres Angebots einfach auf kleinere Einheiten herunter. So nehmen Sie grösseren Investitionen wirkungsvoll den Schrecken.

Der Abschluss

Hat der Kunde keine weiteren Fragen mehr zu Ihrem Produkt und konnten Sie alle eventuellen Einwände wirksam entkräften, wird er einem Kauf zustimmen. Ihr Verkaufsgespräch war ein Erfolg!

Bringen Sie auch in dieser Phase durch konkrete Fragen in Erfahrung, was die Wünsche des Kunden sind und wie das Geschäft genau abgewickelt werden soll.

Die Verabschiedung

Nachdem Sie fertig präsentiert und einige Abschlussfragen gestellt haben, fassen Sie alles noch einmal kurz zusammen. Vereinbaren Sie mit Ihrem Kunden, wie Sie nun weiter vorgehen wollen.

Nicht immer können Sie schon beim ersten Gespräch das Geschäft machen. Oft sind mehrere Gespräche nötig, bis sich der Kunde tatsächlich zum Kauf entschließt. Vereinbaren Sie mit ihm den nächsten Termin, der persönlich vor Ort oder telefonisch erfolgen kann.