

## Verkaufsgespräch

Als Verkaufsgespräch wird die zielgerichtete, auf Vertragsabschluss ausgerichtete Dialogführung eines Verkäufers mit einem potenziellen Kunden bezeichnet. Das Verkaufsgespräch hat eine besonders grosse Bedeutung beim Verkauf wissens- und technologieintensiver Produkte und Dienstleistungen sowie langlebiger Konsumgüter. Das für diese Aufgaben verantwortliche Personal benötigt besondere Fähigkeiten, die man als *Vertriebskompetenzen* bezeichnen kann.

Zentral ist es, nie unvorbereitet ein Verkaufsgespräch zu führen. Es ist genau zu überlegen, weshalb sich der Kunde gerade für Ihr Angebot entscheiden sollte. Denken Sie darüber nach, welchen *Nutzen* Ihr Produkt oder Ihre Leistungen für den Kunden haben und heben Sie dabei Vorteile gegenüber Ihren Mitbewerbern hervor.

Folgende Phasen bzw. Bestandteile eines Verkaufsgesprächs sind zu beachten:

### ***Begrüssung***

Mit der Begrüssung prägen Sie die Atmosphäre des Verkaufsgesprächs. Eine freundliche Begrüssung zeigt dem Kunden, dass er willkommen ist. Auch wenn Sie sich in einem anderen Kundengespräch befinden, sollten Sie den Kunden, der den Verkaufsraum gerade betritt, begrüßen.

### ***Kundenbedarf erfragen***

Nach der Begrüssung möchten Sie erfahren, was der Kunde will. Ein: „Was kann ich für Sie tun“, ist eine offene Frage und gibt damit dem Kunden Gelegenheit, Ihnen zu sagen, was er möchte. Ein in der Praxis beliebtes: „Kann ich Ihnen helfen“, kann schnell mit einem „Nein danke“ abgekanzelt werden. Vor allem zu Beginn des Gesprächs sollten Sie häufig offene Fragen stellen, auch wenn Sie den Bedarf des Kunden genau zu kennen glauben. Klären Sie diesen Punkt mit dem Kunden noch einmal ab.

### ***Aktiv zuhören***

Fragen allein gestalten natürlich noch kein Gespräch. Deshalb ist es wichtig, dass Sie aktiv zuhören. Machen Sie sich gegebenenfalls Notizen, haken Sie nach, wenn Ihnen etwas unklar ist. Ihr Kunde merkt so, dass Sie tatsächlich an seinem Anliegen interessiert sind.

### ***Mit dem Nutzen argumentieren***

Halten Sie keine langen Fachvorträge, das interessiert den Kunden meistens nicht. Stellen Sie den Nutzen Ihrer Leistung oder Ihres Produktes heraus. Nicht: „Die Matratze hat einen 15 cm dicken Kern in der Schulterkomfortzone.“ Sondern: „Die Schulterkomfortzone ist günstig, weil dort Ihre Schultern tiefer einsinken als der restliche Körper und die Wirbelsäule ergonomisch gelagert ist.“

### ***Den Preis überzeugend einbringen***

Hier ist die Argumentation wichtig, lassen Sie sie aber nicht zur Verteidigungsrede werden. Greifen Sie die genannten Kundenwünsche auf und bringen Sie diese ein. Zählt für den Kunden z. B. der Prestigewert, überzeugen Sie ihn, dass er dieses Produkt haben muss, wenn er im Trend liegen will.

## **Vorwandbehandlung**

Die Methoden der Vorwandbehandlung führen den Verkäufer zur Bedarfsermittlung. Die Fehlschlüsse zur Vorwandbehandlung:

- Einwandvorwegnahme: ... *natürlich könnten Sie gleich fragen, ob ... und da kann ich Sie beruhigen ...*
- Einwandumkehr: ... *sehen Sie, das ist ja der Grund, weswegen ich Sie anrufe. Wenn Sie mehr Zeit (Geld) haben möchten, kann unser Angebot Ihnen genau das verschaffen ...*
- Relativierung: ... *da sprechen wir natürlich schon über einiges an Geld. Nun rechnen Sie mal selbst nach. Sie nutzen unser Angebot mal angenommen über ... (wie viele Jahre?). Gut, dann bedeutet das pro Tag gerade mal XY CHF.*
- Polarisierung: ... *wer A sagt muss auch B sagen. Man kann entweder mitmachen oder man ist raus.*
- Ablenkung: ... *das ist sicher ein besonderer Punkt. Lassen Sie uns zunächst Ihre Vorteile durchgehen. Dann erkennen Sie von selbst die Antwort auf Ihre Frage.*
- Tabuisierung: ... *nein, damit möchte ich nichts zu tun haben. Solche Fälle sollten Sie bitte nicht mit uns in Verbindung bringen. Von derart unanständigen Praktiken habe ich mich hier sehr zu distanzieren ... (alternativ dazu nonverbal Entsetzen zeigen und andeuten zu gehen).*
- Appell: ... *machen Sie jetzt bloss nicht den Fehler, wegen irgendeiner Kleinigkeit am Ende ohne ... dazustehen. Das dürfen Sie nicht!*
- Offensivspiegelung: ... *genau das können wir nun gebrauchen. Sie haben uns die Bedingungen gestellt, unter denen wir präsentieren. Sie müssen bitte nicht glauben, dass uns das hier entgangen ist, wie Sie jeden Vorteil für sich nutzen. Vielleicht stellt sich ja die Frage Ihrer momentanen Wettbewerbsfähigkeit und nicht unserer!*

## **Einwandbehandlung**

Im Rahmen der Einwandbehandlung versucht der Verkäufer Einwände zu entkräften, indem er erneut in die Argumentation einsteigt. Die Methoden der Einwandbehandlung führen den Kunden wieder zum Nutzwert. Einwände werden auf der Vertrauensebene mit schlüssigen Argumenten behandelt:

- Eisbrecher-Argumentation: ... *also mein Gefühl sagt mir, dass Sie in diesem Moment gar kein Vertrauen haben in das, was ich hier sage. Was ist wirklich los?*
- Entschuldigung: ... *das tut mir leid. Da habe ich wohl nicht genau genug erklärt ...*
- Referenz: ... *Sie kennen doch die Firma/die Familie/den Ingenieur XYZ. Ich habe hier ein Referenzschreiben, aus dem klar hervorgeht, dass die von Ihnen bezweifelten Fakten von uns erfüllt werden. Schauen Sie mal hier ...*
- Nutzwerttabelle: ... *schauen wir uns doch mal gemeinsam an, welche Punkte für Sie wie wichtig sind. Ich nehme dazu mal ein Blatt und wir schreiben alles, was Ihnen wichtig ist, hier links hin. Dann sagen Sie bitte selbst, wie wichtig Ihnen jeder einzelne Punkt ist und wir notieren Ihre Alternative gleich daneben. Am Ende wird sicher deutlich, wo Ihr Vorteil liegt ...*

## **Erfolgreiche Abschlusstechniken**

Es gibt verschiedene Techniken, ein Verkaufsgespräch zu einem positiven Abschluss zu bringen. Dabei ist wichtig, wie stark Ihr Kunde sich schon zu einem Kauf entschlossen hat. Eine Taktik ist die Alternativ-Technik. Hier hat Ihr Kunde im Prinzip, jedoch noch nicht ausdrücklich zugestimmt. Fragen Sie ihn dann nicht, ob er kaufen will, sondern was er wann in welcher Form wünscht, z. B. „Wünschen Sie die Lieferung in dunkler oder in heller Farbe?“

## Übungsbeispiel 1: Papierwarenhandlung

Sie sind *Kundin bzw. Kunde* in einer Papeterie in Luzern und wollen sich drei der unten stehenden Artikel erwerben. Sie haben dafür 10 Minuten Zeit.

Bedingungen:

1. Aus jeder Reihe muss ein Artikel ausgewählt werden. Ob jeweils das ganze Set oder nur ein Teil (z. B. roter und blauer Gegenstand) gewählt wird, ist Ihnen überlassen.
2. Erkundigen Sie sich nach den Artikeln und kaufen Sie diese.
3. Bringen Sie etwas Persönliches in das Gespräch mit ein.

Hinweis: Es kann sein, dass etwas ausverkauft ist. Wählen Sie in einem solchen Falle einen anderen Artikel.



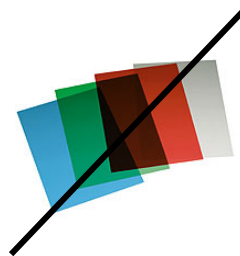
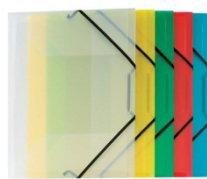
## Übungsbeispiel 1: Papierwarenhandlung

Sie sind *Verkäuferin bzw. Verkäufer* in einer Papeterie in Luzern und wollen drei der unten stehenden Artikel verkaufen. Sie haben dafür 10 Minuten Zeit.

Bedingungen:

1. Es kommt eine Kundin / ein Kunde zu Ihnen, die/der mindestens 3 Artikel kaufen will (pro Zeile muss er/sie mindestens einen Artikel kaufen).
2. Führen Sie mit ihr/ihm ein Verkaufsgespräch. Versuchen Sie die Kundin / den Kunden auch von einem anderen Artikel zu überzeugen.
3. Bringen Sie etwas Persönliches in das Gespräch mit ein.

Hinweis: Durchgestrichene Artikel sind ausverkauft. Helfen Sie der Kundin / dem Kunden und machen Sie ihr/ihm ein anderes Angebot.



## Übungsbeispiel 2: Sportgeschäft

Sie sind *Kundin bzw. Kunde* in einem Sportgeschäft in Bern und wollen sich drei der unten stehenden Artikel erwerben. Sie haben dafür 10 Minuten Zeit.

Bedingungen:

1. Aus jeder Reihe muss ein Artikel ausgewählt werden. Ob jeweils das ganze Set oder nur ein Teil (z. B. roter und blauer Gegenstand) gewählt wird, ist Ihnen überlassen.
2. Erkundigen Sie sich nach den Artikeln und kaufen Sie diese.
3. Bringen Sie etwas Persönliches in das Gespräch mit ein.

Hinweis: Es kann sein, dass etwas ausverkauft ist. Wählen Sie in einem solchen Falle einen anderen Artikel.





## Übungsbeispiel 2: Sportgeschäft

Sie sind *Verkäuferin bzw. Verkäufer* in einem Sportgeschäft in Bern und wollen drei der unten stehenden Artikel verkaufen. Sie haben dafür 10 Minuten Zeit.

Bedingungen:

1. Es kommt eine Kundin / ein Kunde zu Ihnen, die/der mindestens 3 Artikel kaufen will (pro Zeile muss er/sie mindestens einen Artikel kaufen).
2. Führen Sie mit ihr/ihm ein Verkaufsgespräch. Versuchen Sie die Kundin / den Kunden auch von einem anderen Artikel zu überzeugen.
3. Bringen Sie etwas Persönliches in das Gespräch mit ein.

Hinweis: Durchgestrichene Artikel sind ausverkauft. Helfen Sie der Kundin / dem Kunden und machen Sie ihr/ihm ein anderes Angebot.



### Übungsbeispiel 3: Modegeschäft

Sie sind *Kundin bzw. Kunde* in einem Modegeschäft in Zürich und wollen sich drei der unten stehenden Artikel erwerben. Sie haben dafür 10 Minuten Zeit.

Bedingungen:

1. Aus jeder Reihe muss ein Artikel ausgewählt werden. Ob jeweils das ganze Set oder nur ein Teil (z. B. roter und blauer Gegenstand) gewählt wird, ist Ihnen überlassen.
2. Erkundigen Sie sich nach den Artikeln und kaufen Sie diese.
3. Bringen Sie etwas Persönliches in das Gespräch mit ein.

Hinweis: Es kann sein, dass etwas ausverkauft ist. Wählen Sie in einem solchen Falle einen anderen Artikel.



### Übungsbeispiel 3: Modegeschäft

Sie sind *Verkäuferin bzw. Verkäufer* in einem Modegeschäft in Zürich und wollen drei der unten stehenden Artikel verkaufen. Sie haben dafür 10 Minuten Zeit.

Bedingungen:

1. Es kommt eine Kundin / ein Kunde zu Ihnen, die/der mindestens 3 Artikel kaufen will (pro Zeile muss er/sie mindestens einen Artikel kaufen).
2. Führen Sie mit ihr/ihm ein Verkaufsgespräch. Versuchen Sie die Kundin / den Kunden auch von einem anderen Artikel zu überzeugen.
3. Bringen Sie etwas Persönliches in das Gespräch mit ein.

Hinweis: Durchgestrichene Artikel sind ausverkauft. Helfen Sie der Kundin / dem Kunden und machen Sie ihr/ihm ein anderes Angebot.





### Übungsbeispiel 4: Möbelhaus

Sie sind *Kundin bzw. Kunde* in einem Möbelhaus in Basel und wollen sich drei der unten stehenden Artikel erwerben. Sie haben dafür 10 Minuten Zeit.

Bedingungen:

1. Aus jeder Reihe muss ein Artikel ausgewählt werden. Ob jeweils das ganze Set oder nur ein Teil (z. B. roter und blauer Gegenstand) gewählt wird, ist Ihnen überlassen.
2. Erkundigen Sie sich nach den Artikeln und kaufen Sie diese.
3. Bringen Sie etwas Persönliches in das Gespräch mit ein.

Hinweis: Es kann sein, dass etwas ausverkauft ist. Wählen Sie in einem solchen Falle einen anderen Artikel.



### Übungsbeispiel 4: Möbelhaus

Sie sind *Verkäuferin bzw. Verkäufer* in einem Möbelhaus in Basel und wollen drei der unten stehenden Artikel verkaufen. Sie haben dafür 10 Minuten Zeit.

Bedingungen:

1. Es kommt eine Kundin / ein Kunde zu Ihnen, die/der mindestens 3 Artikel kaufen will (pro Zeile muss er/sie mindestens einen Artikel kaufen).
2. Führen Sie mit ihr/ihm ein Verkaufsgespräch. Versuchen Sie die Kundin / den Kunden auch von einem anderen Artikel zu überzeugen.
3. Bringen Sie etwas Persönliches in das Gespräch mit ein.

Hinweis: Durchgestrichene Artikel sind ausverkauft. Helfen Sie der Kundin / dem Kunden und machen Sie ihr/ihm ein anderes Angebot.

