

Verkaufskompetenz für Handwerker

# Was sind die Basiserwartungen von Handwerkskunden?

Man kann trefflich darüber streiten, was die Basiserwartungen von SHK - Kunden sind. Jede Branche hat unterschiedliche Sensibilitäten, aber bei den Basiserwartungen von Kunden gibt es kaum nennenswerte Unterschiede. Sie werden keinen Betrieb erfolgreich führen können, wenn Sie die Basiserwartungen Ihrer Kunden nicht kennen. Der erste Frage eines Unternehmers muss daher immer sein: **„Was sind die Basiserwartungen meiner Kunden?“** Erst dann kann der Unternehmer sich konkret damit beschäftigen, WIE er die Erwartungen seiner Kunden täglich mit Leben erfüllt. Das sind die Softskills, die den Unterschied im Wettbewerb ausmachen. In der SHK - Branche wird jedoch nach meinen Erkenntnissen im Wesentlichen auf die Verbesserung der Hardskills geachtet. Das lässt sich am Besten an den Weiterbildungsstrategien der SHK - Branche erkennen: Der Schwerpunkt der Aus- und Weiterbildung liegt hier eindeutig bei den fachlichen Fähigkeiten, also den Hardskills eines Handwerkers.

Nach meinen Erfahrungen als Verkaufstrainer sind die Sensibilitäten bezüglich den Basiserwartungen der Kunden bei den meisten SHK - Betrieben komplett unterbelichtet. Das hat stark mit der fehlgerichteten Aus- und Weiterbildung dieser Handwerker zu tun, die gnadenlos technisch und sachlich geprägt ist. Das Schlimme ist, das große Teile der Handwerkerschaft tatsächlich an den Wettbewerbsvorteil durch technischen Vorsprung glaubt. Wenn ein Verkaufstrainer, wie ich, versucht zu verdeutlichen wie wichtig das strukturierte verkäuferische Vorgehen ist, und wie Entscheidend für den Wettbewerbsvorteil Softskills sind, stoße ich meistens auf Unverständnis.

Bevor wir uns die Frage stellen, was sind typische Basiserwartungen, müssen wir unterscheiden zwischen

einem erfolgreichen Handwerker im Kundenkontakt (Verkäufer mit Softskills) und dem allgegenwärtigen SHK – Produkterkärer (ohne Softskills).

### Der „Abschlusschwache“ SHK - Produkterklärer in Kürze:

- Redet viel – Fragt wenig
- Interessiert sich nicht für die Bedürfnisse seiner Gesprächspartner
- Redet gerne Technoquatsch
- Schreibt selten mit
- Kommt viel zu schnell „zur Sache“
- Kennt die Basiserwartungen seiner Kunden NICHT

### Was sind typische Basiserwartungen Ihres Kunden?

- Der Kunde erwartet einen Verkäufer, der GUT ZUHÖRT und VIELE FRAGEN stellt. Wenn das nicht geschieht, schaltet er ab und verweigert innerlich die Zusammenarbeit

mit dem SHK - Handwerker

- Der Kunde erwartet einen Verkäufer, der seine Bedürfnisse Ernst nimmt. Das können aber nur Menschen, die sich für andere Menschen interessieren und viele Fragen stellen. Das MITSCHREIBEN signalisiert dem Kunden, dass er vom Verkäufer Ernst genommen wird. Wenn das nicht geschieht, schaltet er ab und verweigert innerlich die Zusammenarbeit mit dem SHK - Handwerker
- Der Kunde erwartet einen Verkäufer, der das „VORSPIEL des VERKAUFENS“ beherrscht. Das ist dann der Fall, wenn speziell am Anfang des Gespräches nicht „die Sache“ Gegenstand des Handwerkerinteresses ist, sondern der Aufbau eines Sympathiefeldes Priorität hat. Das Interesse gilt beispielsweise vielmehr der räumlichen Umgebung, in der der Kunde lebt. Es sind diese be-

rühmten Nettigkeiten, die ausgetauscht werden. Bei Profiverkäufern kann das durchaus den überwiegenden Teil des gesamten Verkaufsgesprächs ausmachen. Wenn das nicht geschieht, schaltet der Kunde ab und verweigert innerlich die Zusammenarbeit mit dem SHK - Handwerker

- Ganz wichtig sind für Kunden „VERBINDLICHE AUSSAGEN“. Was ich als Verkaufstrainer bisher in unzähligen Tests erleben (besser: erliden) musste, ist mit Worten kaum beschreibbar. Hier verhaseln sich SHK-Handwerker massiv ihre Verkaufsquote. Der Kunde will einfach nicht hören: „Ich melde mich bei Ihnen, wenn ich das Angebot fertig habe“. Der Kunde will lieber hören: „Herr Kunde, bitte notieren Sie sich diesen Freitag um 11:00. Ich werde Sie dann anrufen und mit Ihnen einen

Handwerker im Kundenkontakt	
Verkäufer mit Softskills	Produkterkärer ohne Softskills
<b>Kann bis zu 70 % Verkaufsquote erzielen Stark im Abschluss</b>	<b>Kann max. 30 % Verkaufsquote erzielen Schwach im Abschluss</b>
Baut immer ein Sympathiefeld am Anfang eines Verkaufsgesprächs auf	Kommt (zu) schnell „zur Sache“ am Anfang eines Verkaufsgesprächs
Macht eine Bedarfsanalyse, in der er fragt und fragt. Er notiert alle Wünsche seines Gesprächspartners	
Macht eine bedarfsgerechte Präsentation	Macht eine Präsentation, die häufig am Bedarf des Kunden vorbeigeht
Sieht Kundeneinwände immer positiv	Betrachtet Kundeneinwände häufig als persönlichen Angriff und verhält sich entsprechend
Fasst vor dem Versuch des direkten Verkaufsabschluss (ohne Angebotsabgabe) noch einmal alle schriftlich festgehaltenen KAUFargumente des Kunden zusammen	Fasst vor der Aussage „ich mache Ihnen mal ein schriftliches Angebot“ NICHT die KAUFargumente des Kunden zusammen. Die Argumente seines Gesprächspartners haben ihn nie interessiert. Er versucht weiter, den Kunden mit VERKAUFArgumenten zu „erschlagen“
Testet durch rethorische Fragen, ob der Kunde bereit ist, den Auftrag hier und heute zu unterschreiben. Sein Ziel ist, das schriftliche Angebot zu vermeiden und zu einem direkten Kaufabschluss zu kommen	Sein Ziel ist ein schriftliche Angebot zu erstellen. Dabei macht er weiter gravierende Fehler. Beispielsweise macht er keine „verbindliche Aussagen: Beispielsweise WANN er das Angebot persönlich vorbeibringt. Und das er dann im persönlichen Gespräch sein Angebot erläutert



eine positive oder negative Wahrnehmung Ihres Kunden

**Fazit:** Um hohe Verkaufquoten zu erzielen, müssen Sie lernen in den Erwartungshaltungen von Kunden zu denken. Sie müssen Ihre Einstellung zu Ihrem Kunden grundlegend verändern. Leider ist aus der klassischen SHK – Weiterbildungslandschaft zu diesem Schlüsselthema kaum etwas zu erwarten. Auf unseren Seminaren lernen Sie, wie Sie als Handwerker wirtschaftlich erfolgreicher agieren können.

Bitte klicken Sie [www.ewald-wschneider.de/Shkseminare.html](http://www.ewald-wschneider.de/Shkseminare.html)

Auf dieser Website finden Sie auch alle in diesem Branchenmagazin abgedruckten Artikel von **Ewald W. Sachneider und Partner** in der Übersicht.

weiteren Termin machen. Zu diesem Termin, **werde** ich Ihnen dann auch die gewünschten Farbmuster mitbringen. Darauf können Sie sich verlassen ...“ Wenn der Anruf dann tatsächlich nächsten Freitag um 11:00 erfolgt, ist das Geschäft schon so gut wie gelaufen. Kunden arbeiten generell lieber mit verlässlichen Menschen als mit unverbindlichen Typen. Rhetorisch lässt sich die Verbindlichkeit verstärken mit Worten, wie: ...**werde exakt**, ...**werde**, ...**verlassen**. Wenn Sie als Handwerker nicht absolut **VERBINDLICH** von Ihrem Kunden wahrgenommen werden, wird sich Ihre Verkaufquote deutlich verschlechtern. Sie müssen Ihre Einstellung zu diesem

Schlüsselthema verändern. Wenn das nicht geschieht, schaltet der Kunde ab und verweigert innerlich die Zusammenarbeit mit Ihnen

- „IHR ERSTER EINDRUCK“ entscheidet beim Kunden schon sehr, ob er mit Ihnen zusammenarbeiten will, oder eben nicht. Der SHK – Handwerker, der am Ende eines langweiligen Verkaufsgesprächs auf nüchternen Sachebene, aufgefordert werden muss, eine Visitenkarte zu geben, ist gut beraten seine Visitenkarte nicht aus einer abgegriffenen Geldbörse hervor zu graben. Die hässlichen Esetecken auf den vergilbten Karten sind quasi die „Sargnägel für Ihre Auftragschance“.

Aber auch Ihre (Arbeits)kleidung und Ihre gesamte äußere Erscheinung ist von großer Bedeutung für

### Ewald W. Schneider

Der Autor dieser betriebswirtschaftlichen Serie für den SHK-REPORT

Ewald W. Schneider und Partner  
Personalberatung - Training - Vertriebsberatung - Interim Management  
„Wir sind seit 1989 die Vertriebswege- und Branchenspezialisten SHK + DIY“

D-27624 Bad Bederkesa  
[www.ewald-w-schneider.de](http://www.ewald-w-schneider.de)



## Die neuen Problemlöser von abusanitair

### PE-WC-Etagen-Anschlussbogen DN 90/100

zur Umrüstung von Stand-WC mit waagrechttem Wandanschluss auf Wand-WC, etagiert um 50 oder 80 mm.

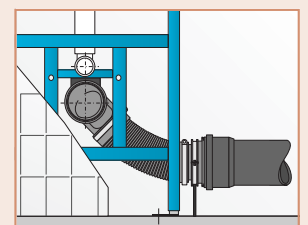
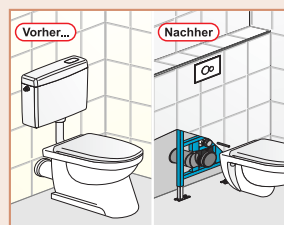
Bogen etagiert um 70 mm, für Direktanschluss an Wand-WC.

### Versprungbogen

um innerhalb des Bodenaufbaues mit dem Abfluss in die Vorwand zu verspringen. Ein Versprung von 60-350 mm ist möglich.

### PE-WC-Anschlussrohr flexibel DN 90/100

für schwierige Montagesituationen im UP-Bereich und bei versetztem Ablauf in Wand und Boden.



### Weitere Info unter:

Abu-plast Kunststoffbetriebe GmbH  
Postfach 1109 · D 96466 Rödental  
Tel. +49(0)9563/930 · Fax +49(0)9563/93-226  
e-mail: [info@abu.de](mailto:info@abu.de) · [www.abu.de](http://www.abu.de)

an *Oliaxis* company

Messe Get Nord Hamburg  
17.-19.11.2010  
Halle B6, Stand 140