

## Erfolgreich verkaufen (Teil 8)

# Vom Angebot zum Auftrag

Argumentieren Sie niemals mit dem Wettbewerb! Geben Sie Ihrem Kunden immer das Gefühl, dass seine früheren Entscheidungen auf keinen Fall falsch waren. Ein erfolgreicher Verkäufer »beißt sich lieber die Zunge ab«, als in irgendeiner Form den Mitbewerber negativ zu erwähnen – Sie wissen viel zu wenig darüber. Behalten Sie Stil! Argumentieren Sie mit Ihren Leistungen (auch Ihren persönlichen) – die kennen Sie wesentlich besser.

**W**enn Ihr Unternehmen nur »me too« (»haben wir auch«) Produkte zu bieten hat – also keinen nennenswerten Unterschied zum Mitbewerber aufzuweisen hat, kommt es zwangsläufig zum »Nur Preis«-Gespräch. Der Einkäufer (behauptet), dass der Wettbewerber im Preis niedriger liegt. Hier ist die Qualität und Leistung nicht mehr Gegenstand der Verkaufsverhandlung.

### Kundeneinwände

Einige Beispiele, wie Sie rhetorisch mit typischen Kundeneinwänden umgehen können: »Ich habe jetzt keine Zeit« – Zeitproblem akzeptieren und nicht abwimmeln lassen. »Sie sind zu teuer!« – antworten Sie mit einer Gegenfrage: »Mit wem oder was vergleichen Sie mich Herr Meier?« »Ich bin nicht zuständig« – werten Sie Ihren

Gesprächspartner auf und erfragen Sie die Zuständigkeit. »Zurzeit haben wir eine schlechte Konjunktur« – erklären Sie die geldwerten Vorteile. »Wir haben keinen Bedarf« – zeigen Sie Verständnis und geben Informationen. »Ich muss noch sehen, was der Wettbewerb bietet« – antworten Sie mit Überzeugung: »Dafür habe ich Verständnis, Herr Schwenter, Sie müssen sich für das beste Angebot entscheiden. Ich bin überzeugt, Herr Müller, dass wir für Sie der beste Partner sind.« Solange Ihr Gesprächspartner noch Einwände hat, haben Sie die Chance einen Auftrag zu erhalten. Wenn er keine mehr hat, ist die Sache gelaufen. Einwände sind formulierte Hemmnisse und müssen überwunden werden, damit Ihr Kunde »Ja« sagen kann.

Klären Sie mit Ihrer Führung, wo die »Schallgrenze«

ist, sonst sinkt Ihre Akzeptanz als Verhandlungspartner.

### Auch »Nein« sagen können

Betonen Sie die genaue Kalkulation Ihres Preises. Unterstreichen Sie Ihr »Preis-Wert-Verhältnis«. Testen Sie einmal einen Schmuckverkäufer, er hat gelernt, Ihnen Werte statt Preise zu verkaufen. Begrenzen Sie Ihr Angebot zeitlich und fordern Sie den Kunden charmant auf, Ihnen hier und heute den Auftrag zu erteilen. Sollte Ihr Verhandlungspartner Konditionen fordern, die Sie in die roten Zahlen führen, sagen Sie konsequent »Nein« und wünschen ihm viel Erfolg mit dem Mitbewerber-Produkt.

### Alle in einem Boot

Die Verzahnung von Außen- und Innendienst beim

Verfolgen von Angeboten ist entscheidend. Der Außendienstmitarbeiter ist sozusagen das »Auge«, der Innendienst das »Ohr« des Marktes und alle sollten »in einem Boot sitzen«. Das sollte sich auch in der Vergütung niederschlagen.

### Fazit

Zwei Partner mit unterschiedlichen Bezugssystemen gestalten das Einkaufs- und Verhandlungsgespräch. Sie ringen um Konsens und setzen dabei Wirkungsmittel ein, die in erster Linie auf der Beziehungsebene, nicht auf der Sachebene zu finden sind. Lassen Sie Ihren Kunden gewinnen, damit Sie verkaufen können.

Ewald W. Schneider ■  
[www.ewald-w-schneider.de](http://www.ewald-w-schneider.de)

**Woodboy**<sup>®</sup>

## Woodboy – der erste Holzweg, der zum Erfolg führt...

Woodboy, das perfekte Pflege- und Renovierungssystem für jeden Do-it-yourselfer! Einfach zu bedienen. Einfach zu verleihen. Frischt nicht nur Parkett- und Dielenböden dauerhaft auf, sondern auch Ihren Umsatz. Das bringt frischen Wind in Ihre Ladenkasse. Wollen Sie mehr wissen? Wir stehen Ihnen Rede und Antwort!

Overmat Industries BV • Tel. 00 31 – 416 31 77 88 • Fax 00 31 – 416 31 35 61