

Vortrag

Das Feuer der Begeisterung zählt beim Verkaufen

GOSHEIM - „Das Feuer der Begeisterung, das muss sichtbar sein, wenn ich gut verkaufen will“, so Christine Moser, Trainerin für kundenorientierten Verkauf. Wer es genauer wissen wollte, hatte am Montag Gelegenheit dazu: Veranstaltung von „Heuberg aktiv“ fand in Gosheim ein Seminar statt.

Von unserer Mitarbeiterin Coralie Infante

Die vorgestellten Tipps sollten den rund 35 Teilnehmern den Weg zu einem erfolgreichen Verkaufsgespräch erläutern. Das Allerwichtigste sei die Einstellung beim Verkauf, erklärte Moser.

Nicht jeder sei zum guten Verkäufer geeignet. Veranschaulicht hat dies die Trainerin anhand einer Geschichte: Ein Koch möchte im Reich seines Königs als bester Koch gelten. Er strengt sich an, aber der Erfolg bleibt aus. Da bekommt er folgenden Hinweis: „Sei überzeugt von dir, aber nicht überheblich. Behandle deinen Gast, wie du selbst behandelt werden möchtest. Und koche mit Muße.“ Der Koch wendet die Tipps nacheinander an, aber der Erfolg bleibt wieder aus. Erst als er

alle drei Tipps im selben Maße anwendet, stellt sich der Erfolg ein.

Demnach sind ein selbstbewusstes Auftreten, Einfühlungsvermögen dem Kunden gegenüber und die Liebe zum eigenen Produkt die Grundpfeiler einer gewinnbringenden Verkaufsstrategie.

Aber wie erkläre ich mein Produkt? Wichtig sei, zwischen den Eigenschaften des Produkts und deren Nutzen zu unterscheiden. Das heißt, der Schuster preist das bequemere und gesündere Gehen an, nicht so sehr das gute Fußbett. Und die lange Lebensdauer der Ölheizung ist interessant, weil sie Zeit und Geld spart. Und fragt der Kunde nach dem Preis, sei das Nennen des Preises mit wiederholtem Nennen des Nutzen zu erwähnen. Das erzeuge beim Kunden ein gutes Gefühl.

Keine geschlossenen Fragen

Für den gelungenen Einstieg ins Verkaufsgespräch sei die Fragetechnik entscheidend. Es wird zwischen geschlossenen und offenen Fragen unterschieden. Geschlossene Fragen werden vom Gegenüber mit „Ja“ oder „Nein“ beantwortet. Das Gespräch kommt nicht in Gang. Klassisches Beispiel: „Kann ich Ihnen helfen?“. Die

selbe Frage offen gestellt lautet: „Wie kann ich Ihnen helfen?“. Sie ermuntert den Kunden zum Reden, er kann seine Wünsche äußern. Ein guter Verkäufer kann zuhören. Es sei ein Trugschluß zu

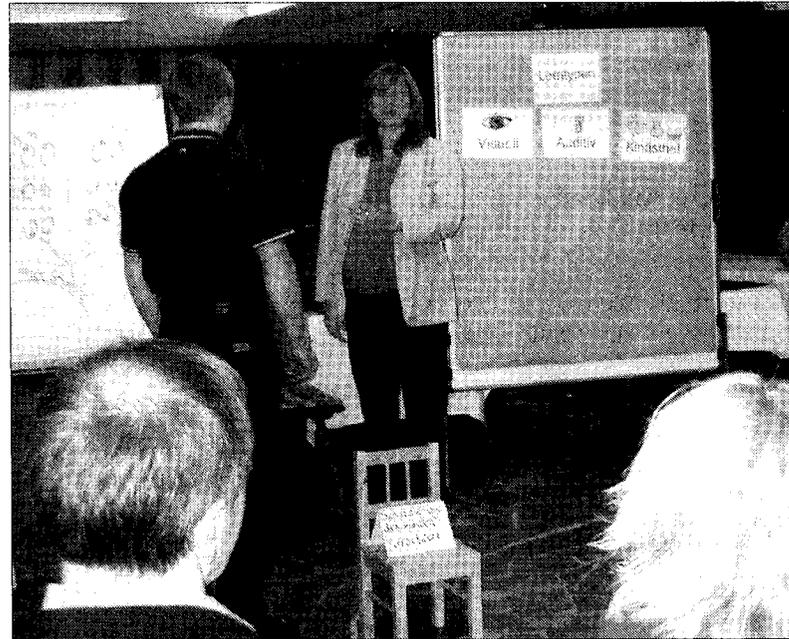
glauben, der gute Verkäufer rede viel. Das Ziel sei vielmehr, den Kunden zum Reden zu bringen. Ein Tipp aus dem Publikum war, eine Frageliste zu erstellen, der Kunde kaufe ja auch mit

seiner Einkaufsliste ein.

Im zweiten Teil des Abends machte Moser die drei verschiedenen Kundentypen deutlich. Es gibt den visuellen (sehenden), auditiven (hörenden) und kinästhetischen (fühlenden/riechenden/schmeckenden) Kunden. Um herauszufinden, zu welchem Typ der Kunde gehört, könne ein Verkäufer auf die Redewendungen des Kunden achten. „Das sehe ich ganz anders“ deutet auf den visuellen Typ hin, während „Das hört sich nicht gut an“ die Worte des auditiven Typs sein können.

Außerdem weisen die Typen unterschiedliche Verhaltensweisen auf. Während der visuelle Kunde Distanz benötigt, mag der kinästhetische Kunde Körperkontakt wie Schulterklappen. Daher passt sich der gute Verkäufer seinem Kunden an: Mit dem visuellen Kunden spricht er vorzugsweise über die schöne Optik des Schuhs, während er weiß, dass der kinästhetische Kunde vor allem das weiche Leder fühlen will.

Zum Schluß wies Moser auf die Zusatzverkäufe hin. Dabei gibt es die Wahl, zum Hauptprodukt passende Utensilien zu verkaufen oder Produkte einer anderen Branche. Es gehe darum, Wünsche beim Kunden zu wecken.



Selbstbewusstes Auftreten, Einfühlungsvermögen und die Liebe zum eigenen Produkt sind laut Trainerin Christine Moser die Grundpfeiler einer gewinnbringenden Verkaufsstrategie.

Foto: Infante