

VERKÄUFER



«DRUM PRÜFE, WER SICH EWIG BINDET ...» FRIEDRICH VON SCHILLER

oder: Lassen Sie sich von Verkäufern nicht verkaufen!

Das Interview zum Dreikönigstag, geführt von Thomas Kis, communication factory

Wie erkennen Sie als Kunde gute Verkäufer?

Verkäufer die individuelle Kunden-Nutzen bieten. Die speziell auf Ihre Situation und Ihre Bedürfnisse eingehen. Die einen Mehrwert schaffen, den Sie nicht im Internet finden. Denn gerade in der Verkaufsberatung gibt es einige schwarze Schafe. Mit Raffinesse wird da argumentiert, gelächelt, geschmeichelt und geschliffen formuliert.

Deshalb lohnt es sich, rasch herauszufinden, ob der Verkäufer über die nötige fachliche und soziale Kompetenz verfügt, um den Erwerb einer Dienstleistung oder eines Produktes in Ihrem Interesse zu unterstützen. Profitieren Sie von dem Insider-Wissen, das drei Experten im Thema «Verkäufer-Optimierung» in den nachfolgenden drei Interviews mit Ihnen teilen.

Wie erkennen Sie als Kunde, ob für den Verkäufer der Erfolg Ihres Unternehmens an erster Stelle steht?

Christian Reist

Die Art wie er Sie fragt - ob er überhaupt versucht herauszufinden, was für Sie wichtig und erstrebenswert ist. Fragen nach dem schnellen Abschluss, wie z.B. wann das Seminar stattfinden soll, sind zu Beginn nicht zielführend.

Der smarte Verkäufer hat sich und die Fragen vorbereitet. Er hört gut zu, macht sich Notizen, hinterfragt

und vertieft Ihre Aussagen. Er spiegelt Ihnen die Situation zurück. Ein cleverer Verkäufer hat zusätzlich «Stallgeruch» - er versteht Ihr Geschäft. Er kennt Ihre internen und externe Kunden gut.

Kurzum, wenn er sich für Sie, Ihre Situation interessiert und Sie sich verstanden und gut beraten fühlen.

Kurt Klaus

Gute Verkäufer sind kreativ und haben wertvolle Ideen. Sie setzen sich mit dem Kunden auseinander und überlegen sich, wie sie das Leben ihrer Kunden vereinfachen können.

Mit gezielten Fragen gehen sie den Kundenwünschen und -bedürfnissen auf den Grund und spüren diese auf. Sie denken mit, versetzen sich in die Lage des Kunden und entwickeln so Lösungsideen, welche der Kunde für sich so nicht gehabt hätte. Grundlegende Eigenschaften und Fähigkeiten, die bei Verkäufern immer noch nur vereinzelt anzutreffen sind. Qualitäten, welche aus meiner Sicht dem elektronisch-digitalen Weg nach wie vor überlegen sind.



Markus Hardegger
hardegger mental training
www.firewalk.ch



Kurt Klaus
k-bt
www.k-bt.ch



Christian Reist
People Power Training
www.people-power.swiss

Markus Hardegger

Achten Sie auf Ihre unbewussten Wahrnehmungen: Wie fühlt es sich für mich an, wenn ich mit meinem Gegenüber in Kontakt trete?

An dieser Stelle sollten Sie gleich von Anfang an ein gutes Gefühl haben. Natürlich sollen Sie Ihren logisch rationalen Verstand nicht ausschalten. Doch der erste Kontakt muss einfach positiv sein, darauf baut ein lösungsorientierter Verkaufsprozess auf.

Die Verkaufsgespräche sollen nicht unter Zeitdruck stehen, der schnelle Abschluss steht nicht im Vordergrund. Eine sorgfältige Ergründung Ihrer Bedürfnisse und Anforderungen sind ein guter Hinweis auf ein ehrliches Interesse an Ihrem Erfolg.

Mit welchen guten Fragen können Sie die Glaub- und Vertrauenswürdigkeit des Verkäufers testen?

Kurt Klaus

Eine schwierige Frage, da jedes Gespräch anders verläuft. Sicherlich eine gute Frage von Kundenseite her ist: «Was würden Sie an meiner Stelle machen?». Auch immer spannend ist es zu erfahren, was Verkäufer auf die Frage «Aus welchem Grund soll ich mit Ihnen und/oder Ihrer Firma zusammenarbeiten?» antworten. Wenn Verkäufer dann das Blaue vom Himmel herunter versprechen, ist Vorsicht geboten.

Gute, seriöse Berater wollen immer zuerst wissen, was dem Kunden wichtig ist und worauf er besonders wert legt.

Markus Hardegger

Zeigen Sie als Käufer Interesse am Verkäufer. Finden Sie das «Warum?» des Verkäufers heraus. Bauen Sie eine Beziehung auf, Menschen kaufen bei Menschen.

Fragen Sie nach Erfahrungen, die andere Kunden mit ähnlichen Produkten oder Dienstleistungen gemacht haben – und auch nach Schwierigkeiten, die mit dem Produkt auftreten könnten.

Wenn da nur positive Antworten kommen, sollten Sie hellhörig werden. Hier zeigt sich Ehrlichkeit und Vertrauenswürdigkeit sehr schnell.

Christian Reist

Fragen Sie ihn, was er über Ihr Unternehmen weiss. Was Ihre Herausforderungen aktuell und in Zukunft sein könnten. Wenn er hier bereits flunkert - hat er schon eine schlechte Ausgangslage. Fragen Sie ihn weiter nach konkreten Beispielen, wo er aufzeigen kann, was sein Produkt, seine Dienstleistung taugt.

Testen Sie seine Verbindlichkeit, ob er bereit ist, Ihnen konkrete Anwender von seinem Produkt zu nennen, die Sie auch kontaktieren können. Ist er bereit, nur nach Absprache mit den Anwendern, Ihnen Namen zu nennen, können Sie schon ableiten, dass er eher sorgsam mit seinen Kunden und deren Informationen umgeht.

Wie können Sie vorgehen, damit das Gespräch so verläuft, wie Sie es wollen?

Markus Hardegger

Bereiten Sie sich vor. Arbeiten Sie mit einer Checkliste: Welche Punkte müssen für Sie zwingend eingehalten werden? Legen Sie für sich einen finanziellen und anforderungstechnischen Spielraum fest.

Stellen Sie Fragen. Finden Sie dadurch heraus, wie gut der Verkäufer auf Ihre Bedürfnisse und Wünsche eingeht, wie gut er Ihre Branche kennt und wie seriös er sich auf das Gespräch mit Ihnen vorbereitet hat. Fragen Sie nach Referenzen.

Und ein Tipp zum Schluss: Bleiben Sie trotz all Ihrer eigenen Vorberei-

tungen offen. Ein wirklich guter Verkäufer hat Ideen und eröffnet Ihnen Sichtweisen, an die Sie vielleicht noch gar nicht gedacht hatten. Hören Sie sich deshalb auch unerwartete, unkonventionelle Lösungsvorschläge offen und neugierig an.

Christian Reist

Formulieren Sie sich ein konkretes SMART-Ziel für das geplante Gespräch. Erstellen Sie eine zielführende Besprechungs-Agenda. Senden Sie im Vorfeld dem Verkäufer Ihre Agenda-Punkte.

Bereiten Sie wichtige Fragen schriftlich vor. Definieren Sie Ihre Minimal- und Maximal-Bedürfnisse für einen allfälligen Kauf. Überlegen Sie sich genau, welche Informationen zu welchem Zeitpunkt Sie dem Verkäufer geben wollen. Lassen Sie sich nicht von einem tiefen Preis blenden. Oft ist das Billige dann das Teuere, weil es nicht funktioniert. Trotzdem - prüfen Sie Ihren Verkäufer - ist er und das Produkt, die Dienstleistung den Preis auch wert. Wenn er bei der ersten Rabattforderung heulend einknickt, wissen Sie, er ist den Preis nicht wert.

Kurt Klaus

Wichtig ist, dass auch Sie als Kunde kommunikativ fit sind. Eine zwar «alte», doch immer noch sehr gute und zeitgemässe Weisheit in der Kommunikation besagt: «Wer fragt, der führt.» Daher gilt auch für Kunden: Bereiten Sie sich auf ein Kaufgespräch vor. Schreiben Sie die für Sie wichtigen Fragen auf und stellen Sie diese auch.

Manchmal ist es sinnvoll, dem Verkäufer vorgängig klar mitzuteilen, was Sie von einem Gespräch erwarten. Sie geben ihm so die Möglichkeit, sich gezielt auf das Gespräch vorzubereiten, was im Idealfall eine speditive(re) Lösungsfindung ergibt.