

**Das Interview zum Dreikönigstag 2023**

# **Einwände sind Wegweiser zum Abschluss**



## **Bei jedem Verkaufsgespräch treten trotz sorgfältiger Vorbereitung Einwände auf!**

Sie sind im Gespräch mit einem Kunden. Trotz Ihrer guten Argumente führt der Kunde immer wieder Einwände ins Feld.

Eine herausfordernde Situation. Und dass diese selbst bei sehr guten Verkäufern zum Alltag gehört, ist in diesem Moment nur ein schwacher Trost.

Oft wird das Gespräch dann vertagt. Oder der Verkäufer reagiert mit einem so grossen Rabatt, dass sich der Abschluss kaum mehr lohnt.

Damit ist jedoch eine grosse Chance vertan. Denn ein geschickter Umgang mit Einwänden ist in vielen Fällen ein sehr direkter und schneller Weg zum erfolgreichen Abschluss. Gleichzeitig ist es eine hervorragende Möglichkeit, die Beziehung zum Kunden zu vertiefen.

Denn gemeinsam erfolgreich und für beide Seiten befriedigend überwundene Schwierigkeiten verbinden. Sie zeugen von Verlässlichkeit und schaffen gegenseitigen Respekt. Denn Sie beweisen dadurch dem Kunden, dass Sie seine Bedürfnisse ernst nehmen und dass Sie von der Güte und Fairness Ihres Angebots so überzeugt sind, dass Sie bereit sind, dafür zu kämpfen.

Drei Verkaufsexperten verraten Ihnen ihre besten Techniken, Tipps und Tricks, um aus den Einwänden eines Kunden eine solche Chance zu machen. Für Sie. Für den Kunden und für eine langfristige für beide Seiten wertvolle Zusammenarbeit.

Interview geführt von Thomas Kis

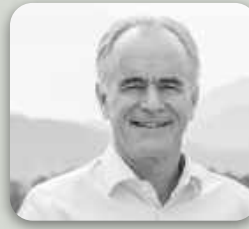
# Einwände sind Wegweiser zum Abschluss



**Thomas Kis**  
communication factory  
www.com-factory-kis.ch



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



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



**Roger Zosso**  
T & C Trainingsconsult AG  
www.zossostraining.ch

## Welche Reaktionen lösen Widerstände aus?

### **Kurt Klaus:**

Es gibt verschiedene Arten von Widerständen, die es klar zu unterscheiden gilt. Daher bietet sich eine allgemein gültige Antwort hier nicht an. Handelt es sich um persönlichen Widerstand, sachlichen Widerstand oder hat das Gegenüber einfach keine Entscheidungshoheit und will sich aus einer Verkaufssituation herauswinden? In erster Linie heisst es, souverän und ruhig zu bleiben. Wichtig ist, Widerstand zu akzeptieren und anzunehmen. Direkte Konfrontation, was oft geschieht, verstärkt den Widerstand. Souveränes Auftreten mit passenden Argumenten löst den Widerstand auf. Was hier einfach klingt, ist in der Praxis sehr anspruchsvoll. Daher ist der Umgang mit Widerständen (z.B. Einwänden) verständlicherweise eines der gefragtesten Themen in den Verkaufstrainings. Wer Widerstände professionell aufzulösen vermag, Bedenken ausräumt und sich auf den Kunden einlässt, macht das Geschäft.

### **Roger Zosso:**

Verkäufer müssen mit Spannungen umgehen können. Der Kunde verlangt einen Rabatt, der Verkäufer reagiert sofort mit der Antwort, ich kann ihnen 10% Rabatt geben. Die Reaktion geschieht oft, weil verkaufen über Rabatte die einfachste Lösung ist. Ist es auch die beste Lösung? Beim Widerstand des Kunden ist es als Verkäufer wichtig, den Widerstand auszuhalten und einen geforderten Rabatt nicht sofort zu gewähren. Leiden Sie! Hängen Sie den «leidenden» Fussballspieler raus, wälzen Sie sich am Boden und klagen Sie über unheimliche Schmerzen. Wer sofort Rabatt gibt, löst beim Kunden das Gefühl aus: «Da wäre noch mehr möglich gewesen!» Wenn sie den Rabatt dann trotzdem geben, begründen Sie ihn (zum Beispiel: kurzer Lieferweg usw.). Noch besser: Verlangen Sie eine (zumindest symbolische) Gegenleistung. «Dafür lassen Sie mich das Projekt XY ebenfalls offerieren».

Grundsätzlich lassen sich Widerstände mit guten Nutzen-Argumentationen entkräften. Sagen Sie dem Kunden, was er davon hat. Begründungen sind für uns Menschen sehr zentral und helfen zu überzeugen.

### **Christian Reist:**

Oft werden Widerstände (Einwände) eher negativ von Verkäufen aufgenommen. Sie nehmen generell an, mein Kunde will nicht kaufen. Häufig lösen diese Kundenreaktionen dann auch eine gewisse Frustration oder sogar Aggressivität hervor. Durch diese «Negativ-Besetzung» einer evtl. harmlosen Frage fühlt sich der Verkäufer angegriffen und schaltet sofort auf Angriff – oder manchmal auch auf Flucht um. Es gibt auch Verkäufer, die sich dann bestätigt fühlen, dass das Produkt oder die Dienstleistung nicht verkauft werden kann. Durch ihre Angst vor diesem Einwand ziehen sie diesen oft direkt an. Beispielsweise findet der Verkäufer persönlich, dass das Produkt zu teuer ist. Er spricht diesen Umstand natürlich nicht an. Durch seinen unsicheren Umgang in der Preisdiskussion provoziert er den Kunden direkt zum Preiseinwand. Jetzt fühlt sich der Verkäufer bestätigt – der Kunde meint ja auch, es sei zu teuer!

# Einwände sind Wegweiser zum Abschluss

## Die Kundin sagt «NEIN». Wie weiter?

### **Roger Zosso:**

Beim «NEIN» der Kundin beginnt das eigentliche Verkaufen. Beim NEIN der Kundin geht es zurück in die Phase der Analyse im Verkaufsgespräch. Eine geschickte Fragetechnik – mit offenen Fragen – ist jetzt entscheidend. Sie hilft Ihnen herauszufinden, weshalb die Kundin noch nicht so weit ist. Was sind ihre Bedenken, Widerstände und noch offenen Punkte?

«Ich will es mir noch einmal überlegen!» Falls die Kundin mit dieser Aussage antwortet, müssen Sie ihr Zeit geben. Bleiben Sie am Ball, und behalten Sie die Initiative. Vereinbaren Sie die nächsten Schritte mit der Kundin. Zum Beispiel: «Darf ich Sie Übermorgen anrufen?» Oder: «Kann ich mit dem Entscheid bis am Dienstag rechnen?».

Es braucht sehr viel Menschenkenntnis in dieser Phase. Es gibt Kundinnen, die Unterstützung beim Entscheid vom Verkäufer brauchen. Andere möchten unbedingt selbst entscheiden. Falls die Kundin beim NEIN bleibt, akzeptieren Sie dies. Anerkennen Sie ihr konsequentes Einkaufsverhalten. Bieten Sie Ihre Unterstützung an, sollte doch etwas schief laufen.

### **Christian Reist:**

Wenn das Nein mit einem Einwand begründet wird, ist es wichtig, dass die Verkaufsperson sich eine gute Ausgangslage für die Bearbeitung des Einwandes schafft. Dazu gehört die positive

Aufnahme der Kundenaussage. Da kann helfen: Kundeneinwände sind Wünsche des Kunden, die dem Verkäufer zeigen was noch fehlt, damit der Kunde ja sagen kann. Dies sind Wegweiser zum Abschluss. Weiter ist es wichtig, dass die Verkaufsperson zuerst Empathie - nicht Zustimmung - zeigt. Damit wird der Einwand emotional entschärft. Der Kunde bekommt eine wertschätzende Antwort. Beispielsweise: «Gut, dass Sie diesen wichtigen Punkt ansprechen.» Dadurch fühlt er sich respektiert und ist eher bereit, Ihre Argumente anzunehmen oder zumindest in Betracht zu ziehen. Bei der direkten Gegenfrage empfehle ich Zurückhaltung, kann sie doch oft Aggressivität und Unbehagen beim Kunden bewirken. Ist der Einwand jedoch unklar, sollten Sie natürlich nachfragen.

Ich empfehle, an dieser Stelle zwei bis drei starke Argumente und Lösungsansätze zu diskutieren. Im Gegensatz zu vielen Fachbüchern empfehle ich nicht in jedem Fall die Kontrollfrage: «Sind Sie nun überzeugt?» Sofern der Kunde keine neuen Gegenargumente einbringt und meinen Überlegungen zustimmt, verlasse ich das Minenfeld mit einem tollen Vorschlag zum nächsten Gesprächspunkt.

Die richtige Einwandbehandlung ist oft die Grundlage für eine zielführende Argumentation. Die Verkäuferin geht damit auf die Wünsche, Probleme und Bedürfnisse des Kunden ein.

### **Kurt Klaus:**

Eine heikle Situation. Enttäuschung ist meistens die Folge. Wichtig ist, in dieser «Worst-Case»-Situation ruhig zu bleiben und souverän zu reagieren. Zuerst gilt es zu hinterfragen, wie definitiv das NEIN ist. Manchmal ist das «NEIN» nicht in Stein gemeißelt und lässt sich mit gekonntem Vorgehen in ein «JA» umwandeln.

Sollte das nicht möglich sein, gilt es, das «NEIN» zu hinterfragen. Viele gestalten das unglücklich und fragen, was sie falsch gemacht haben. Ich empfehle hier zu fragen, was hätte besser sein müssen, oder was es das nächste Mal braucht, damit es zur Zusammenarbeit kommt. Die psychologische Ausrichtung ist somit eine ganz andere und löst beim Gegenüber positivere Bilder aus. Der Blick ist bereits in die Zukunft gerichtet statt auf die nicht mehr veränderbare Vergangenheit.

# Einwände sind Wegweiser zum Abschluss

## Welche Tipps und Tricks helfen bei Widerständen?

### Christian Reist:

Grundsätzlich gilt: Wenn Einwände auftreten, sollten Sie sich als Erstes in die Lage des Kunden versetzen. Versuchen Sie herauszufinden, wo die Zweifel ihren Ursprung haben.

Durch eine geschickte Entgegnung bleiben Sie im Dialog und auf dem Weg zum Abschluss. Versuchen Sie die Widerstände zu verstehen. Wie sieht die Situation aus der Sicht des Kunden aus?

Hören Sie bewusst hin, achten Sie auf Nebensätze. Achten Sie auch auf das Nichtgesagte. Fragen Sie bewusst nicht nur nach Fakten, sondern auch nach Emotionen.

Beispielsweise: «Was empfinden Sie bei ...» oder «Was löst das bei Ihnen aus ...» usw.

Vorbereitung/Einstimmung sind auch in dieser Phase der wichtigste Punkt.

#### Erstens:

Eine positive Einstellung einnehmen - denn solche Kundenreaktionen sind Kaufsignale!

#### Zweitens:

Antworten auf häufig auftretende Fragen und Einwände. Denken Sie an sachliche sowie emotionale Argumente und Mehrwerte für den Kunden.

### Kurt Klaus:

Nebst den bereits erwähnten Möglichkeiten ist es sehr wichtig zu akzeptieren, dass Widerstände dazugehören. Der Umgang mit Einwänden ist in erster Linie eine Frage der Haltung und erst dann des Vorgehens.

Widerstände oder Skepsis zeigen, dass der Kunde sich mit meiner Marktleistung auseinandersetzt und Interesse hat. Daher sollte man dankbar sein für skeptisches Verhalten und kritische Äusserungen des Kunden.

Übrigens höre ich sehr oft, dass die Aussage «Sie sind zu teuer» der häufigste Einwand ist. Doch geht es dabei wirklich nur um den Preis? Zum Repertoire jedes Verkäufers bzw. jeder Verkäuferin gehört, dass er/sie die gekonnten Vorgehensweisen professioneller Preisverhandlungen beherrscht. Ich stelle immer wieder fest, dass zum Thema «Preise durchsetzen» bei sehr vielen Trainingsteilnehmenden noch Luft nach oben besteht. Sprachlos und wie erstarrt stehen sie da, wenn es darum geht, den Wert der Marktleistung gebührend zu präsentieren. Auch hier gehört die Einstellung dazu: ein gutes Geschäft ist dann ein gutes Geschäft, wenn sich Verkäufer und Kunde als Gewinner fühlen. Oder anders gesagt, ein Win-Win-Geschäft.

### Roger Zosso:

- Gehen Sie beim Verkaufsgespräch immer in einer strukturierten Form vor, um Einwände zu vermeiden: Gesprächseröffnung – Analyse – Argumentation – Abschluss
- Nehmen Sie nicht sofort Stellung und rechtfertigen Sie sich nicht. Gewinnen Sie mit offenen Fragen Zeit zum Überlegen.
- Zeigen Sie Verständnis für die Situation des Kunden. Mit einer geschlossenen Frage können Sie oft eine positive Reaktion bewirken. Denn «JA» ist das positivste Wort in der Kommunikation.
- Reden Sie nicht über die Nachteile der Mitbewerber, sondern heben Sie Ihre Vorteile deutlich heraus.
- Erkunden Sie die Wünsche, Bedürfnisse und Motive des Kunden und stellen Sie diese in den Vordergrund.
- Betonen Sie den Kundennutzen und lassen Sie den Kunden diesen durch geschlossene Fragen bestätigen. So sammeln Sie «JA» des Kunden ein.
- Denken Sie an die 3H-Regel: **H**öfliche **H**artnäckigkeit **H**ilft