

## Servicepool

### Das können wir von erfolgreichen Verkäufern lernen

von Hans Fischer



Neun Tipps von Hans Fischer, was sie von erfolgreichen Vertrieblern lernen können.

#### 1. Nicht nachlassen!

Akzeptieren Sie Niederlagen und verlorene Aufträge als Stationen auf dem Weg zu Ihrer Zielerreichung. Das ist Tagesgeschäft und kein Weltuntergang. Einige Projekte werden Sie gewinnen, das eine oder andere auch verlieren, obwohl Sie Ihr Bestes gegeben haben. Wichtig ist, dass Sie an Ihren Erfolg glauben, auch wenn es manchmal nicht danach aussieht. In harten Zeiten halten die harten Verkäufer durch!

#### 2. Sie verkaufen kein Produkt.

Sie verkaufen die Erfüllung von Wünschen. Den Kunden interessiert nicht, was Ihr Produkt alles kann, sondern nur, was er davon hat, welchen konkreten Nutzen es ihm bringt. Wünsche wirken in uns noch heftiger als Bedürfnisse. Menschen decken manchmal nicht das Bedürfnis, das rational gerechtfertigt wäre, investieren aber in eine Sache, die einen brennenden Wunsch erfüllt, aber nichtunbedingt notwendig ist. Für den Unkundigen mag es schwer nachvollziehbar sein, aber nicht nur im Konsumerbereich, sondern auch im Markt der Investitionsgüter gilt dieses Prinzip. Lesen Sie zu diesem Thema das Handbuch für den nachhaltigen Verkaufserfolg, das im VDMA-Verlag erschienen ist.

#### 3. Mit Fragen führen

Mit klugen, offenen Fragen und gutem Zuhören kommen Sie wesentlich weiter, als mit klugen Reden. Jeder Mensch schätzt es, wenn sich der andere für ihn interessiert und aufmerksam zuhören kann. Außerdem reden alle Menschen gerne von sich und über ihre Ansichten. Dabei öffnen sie sich und geben dem aufmerksamen Zuhörer und Beobachter wichtige Einblicke in ihre Denkstruktur. Gute Verkäufer nutzen das.

#### 4. Nutzen verkaufen.

Ihr Kunde kauft nicht, weil Ihr Produkt 20 Vorteile bietet. Er kauft nur, wenn er darin 3 entscheidende Nutzen für sich erkennt. Deswegen argumentieren die besten Verkäufer erst dann, wenn der Kunde einen konkreten Bedarf ausspricht. Die besten Argumente, mögen sie noch so eindrucksvoll vorgetragen werden, hinterlassen keine Wirkung, wenn sie nicht das zentrale Thema, den konkreten Bedarf des Kunden befriedigen. Den erarbeiten Sie mit Geduld, Aufmerksamkeit und offenen Fragen.

#### 5. Informationen beschaffen.

Ihr Erfolg im Verkauf hängt nicht primär davon ab, ob Sie dem Kunden viele wertvolle Informationen geben. Er hängt davon ab, ob es Ihnen gelingt, viele Informationen vom Kunden zu bekommen. Da haben wir wieder die Fähigkeiten der guten Verkäufer: offene Fragen zu stellen, den Kunden zum reden zu bringen und einfühlsam zuzuhören. Erst wenn Sie genau wissen, wie der Kunde tickt, können Sie auch zielgenau agieren.

#### 6. Die wahren Gründe herausfinden!

Für seine Entscheidung hat der Kunde bestimmte Gründe. Die, die er offen nennt, sind nicht die kaufentscheidenden. Es sind die, die er nicht nennt. Die müssen Sie herausfinden! In den meisten Fällen, wenn ein Projekt verloren wird, sind es nicht die üblichen Verdächtigen als Gründe (Preis), sondern emotionale Faktoren, wie fehlende Wellenlänge oder fehlendes Vertrauen.

#### 7. Jeder Kunde ist eine Quelle für neue Kunden.

Jeder Kunde ist Teil eines Netzwerkes, er kommuniziert mit vielen anderen Menschen, die auch zu Ihrer Zielgruppe gehören könnten. Ein zufriedener Kunde wird positiv über Sie sprechen und Sie dadurch zu neuen Verhandlungsständen führen. Sie müssen es nur initiieren. Von alleine funktioniert es nicht.

#### 8. Betrachten Sie Ihre treuen Kunden mal mit den Augen Ihres Wettbewerbers.

Wo sind Ihre Kunden angreifbar? Es gibt auch in der besten Kundenbeziehung Felder, die nicht optimal beackert sind. Das sind die Lücken, in die der Wettbewerber eindringen kann. Bleiben Sie stets wachsam, gerade bei den scheinbar sicheren und treuen Kunden. Ihr Wettbewerber ist genau so wie Sie am Neugeschäft interessiert und, wenn

er gut ist, einfallsreich und hartnäckig. Wenn er dran bleibt, findet er die Lücke.

### 9. Einfühlungsvermögen

Finden Sie heraus, was der Kunde wirklich will und zeigen Sie ihm, wie er es bekommt. Da gelingt Ihnen nicht, wenn Sie den Kunden mit vielen Informationen und innovativ klingenden Produkteigenschaften bombardieren. Das gelingt Ihnen nur, wenn Sie die Geduld und die Disziplin aufbringen, den Kunden in seiner Denkstruktur und seinen Wertvorstellungen zu verstehen. Gute Verkäufer konzentrieren sich darauf, Vertrauen aufzubauen und den Kunden das Gefühl einer Partnerschaft zu vermitteln. Ist dieses Fundament errichtet, passieren die anderen Dinge im Verkaufsprozess fast automatisch. Fangen Sie heute noch damit an, Menschen besser kennenzulernen und zu verstehen, denn das bringt Sie weiter, als wenn Sie nur Ihr Produkt verstehen.



**Kontakt zum Autor:**

\*HANS-FISCHER-SEMINARE\*  
St. Wendelinstrasse  
986932 Pürgen-Lengenfeld  
Fon: 08196 998210  
Fax: 08196 998212  
[www.fischerseminare.de](http://www.fischerseminare.de)  
[www.puls-blog.de](http://www.puls-blog.de)