

Wie aus Einwänden Abschlüsse werden

Die Akquise läuft. Das Unternehmen hat das Interesse eines neuen Kunden gewonnen. Doch der hat noch Einwände. Der Deal droht zu platzen. Wie Unternehmen dennoch den Kunden zum Kaufen bewegen können, erklärt Oliver Schumacher, Verkaufstrainer, Fachbuchautor und Berater für bessere Verkaufsergebnisse aus Lingen, für Wirtschaft aktuell.



Wer Einwände nicht als Bedrohung ansieht, kann im Verkaufsallday leichter zum Abschluss kommen.

Viele Verkäufer fühlen sich durch Einwände gestresst. Speziell Kundenaussagen wie „Sie sind zu teuer!“ oder „Wir haben bereits einen Lieferanten!“ verderben häufig den Verkaufsallday. Dies ist besonders dann der Fall, wenn die Verkäufer auf solche Aussagen keine Antwort haben, oder eigentlich schon wissen, dass ihre nun darauf kommenden Antworten selten zum Verkaufsabschluss führen. Um solche „Neins“ zu vermeiden, sind Verkäufer häufig sogar sehr dankbar, wenn sie wenigstens Prospekte da lassen können. Schließlich besteht dann ein Fünkchen Hoffnung, dass es sich der Kunde doch noch irgendwann überlegt. Aber nun mal Hand aufs Herz: Wie groß ist die Wahrscheinlichkeit tatsächlich, dass der Wunschkunde eine Woche später anruft und bestellt? Das Ergebnis zeigt, dass es Verkäufer unnötig schwer haben, wenn sie keinen roten Faden besitzen und keine Strategie dafür haben, wie sie mit

Einwänden professionell und wertschätzend umgehen können. In der Natur des Menschen liegt es, Aufgaben, die schlechte Gefühle bereiten, zu verschieben oder gar nicht erst zu machen. Da bleiben dann lieber viele bei ihren bestehenden Kunden und versuchen denen etwas mehr zu verkaufen, statt neue Kunden zu finden. Doch was ist, wenn der ein oder andere Stammkunde verloren geht? Schließlich sind die besten Kunden die Wunschkunden der Mitbewerber. Ein Lösungsansatz wäre, wenn Unternehmer mit ihren Mitarbeitern alle Einwände aufschreiben, die ihnen in ihrem Alltag begegnen. Sie entwickeln auf diese Einwände jeweils fünf verschiedene Antworten, sodass es im Verkaufsgespräch professionell weitergehen kann. Das gibt allen Verkäufern mehr Sicherheit und Vertrauen in sich selbst.

Folgende Formulierungen könnten für den Verkaufsallday nützlich sein:

Auf den Einwand „Ich möchte noch fünf Prozent Rabatt!“ könnte eine mögliche Antwort so aussehen: „Nur mal angenommen, wir einigen uns beim Preis – kaufen Sie dann?“ oder „Ich kann verstehen, dass Sie den besten Preis wollen. Wir haben vorhin besprochen, dass Ihnen die Punkte Qualität und Pünktlichkeit sehr wichtig sind. Diese garantieren wir Ihnen. Deswegen ist der Ihnen vorliegende Preis auch der richtige. Wollen wir diese oder nächste Woche anfangen?“ oder „Sie kennen vielleicht das Sprichwort ‚Lieber Kunde lass die sagen, Rabatte werden vorher aufgeschlagen‘. Das haben wir hier nicht gemacht und genau darum ist das der richtige Preis. Aber vielleicht können Sie mir helfen, sodass ich bei unserer Geschäftsleitung einen noch besseren Preis für Sie durchbekomme: Können Sie vielleicht die Bestellmenge um x Stück erhöhen oder uns eine Referenz geben?“

Fazit:

Es hilft im Verkaufsallday enorm, mit der Einstellung „Einwände sind Kaufsignale“ zu arbeiten, als in diesen eine Bedrohung zu sehen. Umso mehr Möglichkeiten Verkäufer haben, wie sie dennoch mit dem Kunden ein Lösung finden, desto leichter werden sie bessere Verkaufsergebnisse erzielen.



*Oliver Schumacher,
Verkaufstrainer*



MB Metallbau Bloms GmbH & Co. KG
Am Zirkel 35 · 49757 Werlte
Telefon: 0 59 51 / 4 61 97 - 0
Fax: 0 59 51 / 4 61 97 - 29
E-Mail: info@mb-bloms.de
Internet: www.mb-bloms.de

Direkt vom Hersteller!



Stahlhallen



Kragarmregale