

Hören Sie auf, für Ihre Kunden „mitdenken“ zu wollen

Wir publizieren an dieser Stelle typische Fragen zum Thema Abverkauf im Salon, die Verkaufstrainer Oliver Schumacher beantwortet.

„Gerne würde ich mehr im Salon verkaufen. Aber ich weiß nicht, wie ich das Gespräch beginnen soll. Speziell meine „alten“ Kunden würden sich bestimmt sehr wundern, wenn ich denen plötzlich etwas anbieten würde. Was können Sie mir empfehlen?“

Es ist ganz natürlich, dass wir uns häufig nicht zu einer Verhaltensänderung überwinden können, weil unsere innere Stimme sagt: „Was denken die anderen?“ Doch wenn nicht Sie als Friseur, wer soll dann dem Kunden verdeutlichen, dass es ihm besser ginge, wenn er Produkte nehmen würde, die Sie führen? Wie würden Sie sich eigentlich als Stammkunde fühlen, wenn Sie plötzlich erfahren, dass Sie dort auch ein besseres Angebot oder eine attraktivere Hilfestellung bekommen könnten – aber der Anbieter stellt Ihnen diese Möglichkeit nie vor? Wir Menschen neigen häufig dazu, für unsere Mitmenschen zu denken. Auch ich habe mich früher als Verkäufer im Außendienst manchmal selbst dabei erwischt, dass ich einem Friseur etwas nicht vorgestellt habe, weil ich davon ausging, dass es ohnehin nichts für ihn ist. Bis irgendwann ein Kunde zu mir sagte: „Wieso zeigen Sie eigentlich meinen

Kollegen Angebote, die Sie mir nicht zeigen – bin ich Ihnen nicht gut genug?“ Es war für mich eine sehr unangenehme Situation, aber seitdem habe ich folgendes Motto: „Gib jedem Kunden die Chance, Nein zu sagen, vielleicht sagt er Ja!“

Meine Empfehlung: Fragen Sie jeden Ihrer Kunden. Beispielsweise mit folgender Formulierung: „Ich weiß jetzt nicht, ob Sie daran interessiert sind, dass ich Ihnen ein paar Tipps für Ihre Haarpflege gebe. Was halten Sie davon, wenn ich Ihnen Wege aufzeige, wie Sie mit ihrem Haar noch mehr Freude haben?“ oder ganz direkt „Darf ich Ihnen ein paar Tricks und Kniffe zeigen, wie Sie zukünftig noch weniger Stress und Druck beim Styling haben?“. Diese Fragen sind auf Augenhöhe, weil der Kunde immer noch ehrlich ablehnen kann, ohne sein Gesicht zu verlieren. Sie werden mit diesen Fragen garantiert zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen: Keiner ihrer Kunden wird nach diesem wertschätzenden Gesprächseinstieg über Sie denken, dass Sie ihm etwas unprofessionell verkaufen wollen. Und der andere Vorteil für Sie: Wenn Sie und Ihre Mitarbeiter jedem Kunden solch eine Frage stellen, werden Sie überrascht sein, wie viele offen ehrliches Interesse signalisieren.

Oliver Schumacher ist Verkaufstrainer, Buchautor und Berater für bessere Verkaufsergebnisse. Kontakt: www.verkaufsergebnisse.de bzw. schumacher@verkaufsergebnisse.de

Impressum

CLIPS CHEF-INFO ist eine regelmäßige Beilage von CLIPS und erscheint monatlich.

Herausgeber:

CLIPS Verlags GmbH
Wilhelm-Backhaus-Str. 2
50931 Köln
Tel. 0221/944067-0
Fax 0221/944067-10
E-Mail: redaktion@clips-verlag.de

Chefredaktion:

Heidrun Barbie
Rüdiger Schmitt (stellvertr.)

Freie Autoren:

Theo Bergauer, Oliver Schumacher

Rechtsfragen:

RA Ingo Scheide

Fotos:

Fotolia.com (S.7)

Redaktionelle Koordination und grafische Gestaltung:

Rüdiger Schmitt
Anschrift wie oben
E-Mail: schmitt.ruediger@t-online.de

Gedruckt wird die CLIPS CHEF-INFO auf ressourcenschonendem Umwelt- und Recyclingpapier.