

Aus dem Leben eines Kunden...

Writen on 15. Februar 2011

Einkaufen aus der Sicht eines Verkaufsprofis

Stellen Sie sich folgende Situation vor:

Mitte der Woche ca. 17.30 Uhr, ein großer Elektrofachhandel in dem es alles gibt. Vom CD-Player über Fernseher, Computer bis hin zum Staubsauger. MP3-Player Abteilung.

Ich bin auf der Suche nach einem passenden MP3 Player für mich. Ja genau für mich, nicht für die Kinder. Und da ich mich ja „supertoll“ auskenne, halte ich Ausschau nach einem Verkäufer. Übrigens der Ausdruck Ausschau halten, trifft es ganz gut zu. Ich schaue nämlich recht lange bis... ja bis ich endlich 3 Verkäufer entdecke, die gut getarnt hinter einigen Regalen und Kartons hervorschauen. Also ich starte und gehe zielstrebig auf das kleine Grüppchen zu, in der Hoffnung sofortige Aufmerksamkeit zu bekommen. Ah. Super, denke ich mir als ich sah das ich bemerkt wurde. Um so größer war meine Verwunderung als sich plötzliche Geschäftigkeit bei den Verkäufern einstellte.

Bemerkbar dadurch, dass sie dichter zusammen rückten und sehr intensiv miteinander sprachen. Es dürfte sich um eine sehr wichtige Sache handeln. „Hallo! Ähm... entschuldigen Sie...“ „Ja, sofort!“ bekam ich zur Antwort und Mann drehte sich weg von mir. Scheinbar sah ich sehr verzweifelt aus und Frau erbarmte sich meiner und ging mit mir zu dem Regal der MP3-Player. Im Übrigen, dass Regal war ca. 4-5m lang nur MP3-Player.

Die Verkäuferin sagt zu mir „Hier haben wir die MP3 Player der Firma xy und dort von der Firma xy. Schauen Sie sich einfach um“ und wart nicht mehr gesehen. „Leicht“ verärgert drehte ich mich um und verließ das Geschäft ohne das ich etwas gekauft habe! Den MP3 Player habe ich dann in einem anderen Geschäft gekauft. Die Verkäufer haben einen schlechten Job gemacht, möglicherweise haben sie bzw. das Geschäft es nicht notwendig sich um den Kunden zu bemühen! Jetzt stellen Sie sich mal vor, welche Chancen würde ich als Verkäufer versäumen wenn ich so mit meinen Kunden umgehen würde?

Da kommt jemand offensichtlich mit dem Gedanken und der Absicht etwas zu kaufen und dann schenke ich ihm nicht genügend Aufmerksamkeit! Undenkbar!!

Dabei wäre es doch ganz einfach gewesen. Hätte nicht lange gedauert und ich hätte etwas gekauft.

So geht es besser!

1. Interessieren Sie sich aufrichtig für den anderen!

Zeigen Sie tatsächliches Interesse an dem was Ihr gegenüber haben möchte bzw. was ihn beschäftigt. Schenken Sie Ihrem gegenüber die Aufmerksamkeit die sie sich von einem professionellen Verkäufer erwarten kann!

2. Stellen Sie Fragen!

Finden Sie heraus was das „Problem“ des Kunden ist. Lassen Sie ihn nicht alleine mit seinen Gedanken! In meinem Fall hätten es folgende sein können:

- Wofür brauchen Sie es.....?
- Wie viel, wie oft hören Sie Musik.....?
- Möchten Sie auch Radio hören.....?
- Brauchen Sie die Aufnahmefunktion.....?

Versuchen Sie so viel wie möglich herauszufinden um genau das richtige anbieten zu können!

3. In welchem Rahmen bewegt sich Ihr Budget?

Trauen wir uns auch diese Frage zu stellen. Möglicherweise ersparen wir uns da viel Zeit. Wenn wir feststellen, dass das Budget unseres Kunden gering bemessen ist, können wir dementsprechend bei der Lösung darauf eingehen.

4. Was kann ich noch für Sie tun? Soll ich Ihnen Ihr gerät zur Kasse bringen?

Machen wir es unseren Kunden so einfach und so angenehm wie möglich! Dadurch können wir zusätzlich punkten! Kundenservice! Nicht nur darüber sprechen sondern leben! Der Kunde wird es uns danken. Sei das er wieder bei uns kauft, sei es wenn er uns weiterempfiehlt.

Ist doch ganz einfach! Oder doch nicht?



Gastautor: Michael Knorr

Er war 20 Jahre im Tourismus in den unterschiedlichsten Sparten erfolgreich, und das in Betriebsleitung, Projektmanagement, Key Accounting und Verkaufsdirektor, dann Verkaufsberater im Lebensmittel-Großhandel, mit Schwerpunkten in Verkauf und Marketing mit besonderem Fokus auf kundenorientiertes Verkaufs- und Qualitätsmanagement. Jetzt trainiert er bei Dale Carnegie unter anderem das Seminar "Sales Advantage". www.dalecarnegie.at

Quelle: <http://www.magazintraining.com/2011/02/15/aus-dem-leben-eines-kunden/>