



Reden Sie nicht gegen die Wand

Sie kommen mit Ihrem Kunden nicht weiter, haben das Gefühl, dass er alles abblockt? Hier einige Tipps aus der Praxis, wie Sie mit Einwänden richtig umgehen. Von **Michael Knorr**

Bevor wir uns damit beschäftigen, sollten wir als Verkäufer bedenken: Ist es ein tatsächlicher Einwand, der das Geschäft verhindern kann, oder ist es lediglich ein Vorwand, der vom wirklichen Grund ablenken soll?

Was ist ein Einwand überhaupt? Trennen wir das Wort Einwand, kommt Folgendes heraus: Ein-Wand. Also eine Wand wird zwischen uns und dem Kunden aufgebaut. Jetzt müssen wir uns als Verkäufer Gedanken darüber machen, warum diese Wand plötzlich da steht. Folgendes passiert: Der Verkäufer sieht langsam seine „Felle“ davonschwimmen, seine ganze Vorbereitung hat nichts genutzt, das Geschäft geht vielleicht verloren. Viele Verkäufer suchen da die Schuld beim Kunden. „Der Kunde hat nicht richtig zugehört“, „Ich hab eh alles erklärt und die Konditionen auch schon genannt“ usw. Stellen wir uns doch einmal diese Fragen: „Wo habe ich möglicherweise noch nicht ausreichend informiert?“, „Welches Detail, das der Kunde genannt hat, habe ich nicht richtig verstanden?“ »

Denn meist ist es nicht der Kunde, der „Schuld“ ist, sondern es liegt oft an uns, weil wir nicht zuhören. Und da sind wir schon bei einem ganz wichtigen Punkt: Wenn ein Einwand kommt, müssen wir als Erstes einmal zuhören. Damit meine ich aktiv zuhören und den Kunden auf keinen Fall unterbrechen (auch wenn uns die Antwort schon auf der Zunge liegt). Signalisieren wir ihm echtes Interesse an dem, was er zu sagen hat. Versetzen wir uns in die Sichtweise unseres Kunden. Das Ganze hat noch einen weiteren sehr großen Vorteil für uns. Wir haben Zeit zum Nachdenken. Wir können uns überlegen, wie wir auf den Einwand reagieren werden, und uns darauf vorbereiten. Denn ein Einwand, auch als vorläufiges NEIN zu bezeichnen, zu dem, was wir bisher im Verkaufsgespräch gesagt haben, heißt nichts anderes als **Noch Eine Info Notwendig!** Ein hoher Prozentsatz der Verkäufer zieht sich langsam zurück und die Möglichkeit einer Vereinbarung wird verworfen. Tun wir jetzt etwas, mit dem die wenigsten Kunden rechnen. Fragen wir nach, warum gerade dieser Punkt für den Kunden so wichtig ist.

Damit finden wir auch heraus, ob es sich um einen Einwand handelt oder lediglich um einen Vorwand. Somit bleiben wir im Dialog mit dem Kunden und erfahren mehr über die Hintergründe des Einwands. Und wenn wir das Gefühl haben, da gibt es noch weitere Gründe, die den Kunden zögern lassen, dann fragen wir weiter. Solange bis wir alle Einwände auf dem Tisch haben.

Anschließend qualifizieren wir gemeinsam mit dem Kunden den wichtigsten Einwand und

behandeln diesen erst jetzt und schaffen so gemeinsam mit dem Kunden eine Win-Win-Situation.

Wie können wir also vorgehen:

1. Zuhören, zuhören, zuhören
2. Zeigen wir echtes Interesse an dem, was der Kunde uns zu sagen hat
3. Versuchen wir die Dinge aus der Sicht des Kunden zu sehen
4. Fragen wir nach, warum dieser Punkt für den Kunden so wichtig ist
5. Fragen wir nach, ob das der einzige Grund ist, der ihn am Kauf hindern lässt
6. Qualifizieren wir gemeinsam mit unserem Kunden die Einwände und lösen dann den für den Kunden wichtigsten auf
7. Stellen wir sicher, dass der Kunde mit der gefundenen Lösung einverstanden und zufrieden ist

Wenn wir all diese Punkte bei der Einwandbehandlung berücksichtigen und konsequent anwenden, akzeptiert uns der Kunde als kompetenten und vertrauenswürdigen Partner und er wird auch in weiterer Zukunft gerne mit uns Geschäfte machen. ■

Michael Knorr ist Verkaufstrainer bei Dale Carnegie Training Austria.

Seminar-Tipps:

Sales Advantage – professionell verkaufen

01.03.2011 bis 03.03.2011, Grundlsee

12.04.2011 bis 07.06.2011, Wien

20.09.2011 bis 11.10.2011, Wien

 **Klick! www.dale-carnegie.at**