



Erfolgreich im Verkauf: Einwände entkräften

eBook

Erfolgreich im Verkauf: Einwände entkräften

Sehr wahrscheinlich müssen Sie beim Verkaufen die Einwände Ihres Käufers zunächst überwinden, bevor er eine Kaufentscheidung treffen kann. Dabei ist entscheidend, wie wir mit den Einwänden des Kunden umgehen. Das Entkräften von Einwänden erfordert es, dass wir sorgfältig zuhören und positive, sachliche Antworten auf die Bedenken eines Käufers geben.

Einwände von Käufern sind nicht immer rational – sie sind sogar häufig ausgesprochen emotional. Sie müssen auf die emotionalen Bedürfnisse eines Kunden reagieren und herausfinden, was ihn am Kauf hindert, wenn Sie langfristige Beziehungen zu Ihren Kunden aufbauen wollen.



1 Es kann eine große Herausforderung sein, den Einwänden unserer Kunden wirklich zuzuhören. Die meisten Verkäufer hören immer wieder die gleiche Art von Einwänden. Wir denken dann meistens, dass wir bereits wissen, was der Käufer sagen will und wissen schon, wie wir darauf antworten wollen. Möglicherweise neigen Sie dazu, dem Käufer nur halb zuzuhören und sofort etwas zu erwidern, weil Sie schon so häufig Einwände gehört haben. Versuchen Sie stattdessen, langsamer vorzugehen, verständnisvoll zuzuhören und Einwände aus Sicht des Kunden zu sehen.

2 Den Einwand eines Kunden können Sie auf vier verschiedene Arten wahrnehmen:

- Was er sagt
- Was Sie hören
- Wie Sie es interpretieren
- Was der Kunde wirklich meint

Entscheidend ist, dass sowohl Sie als auch der Kunde ein klares Verständnis davon haben, welche Bedenken der Kunde tatsächlich hat, bevor Sie auf den Einwand reagieren. Achten Sie darauf, den Einwand nicht zu interpretieren, denn Ihre Antwort könnte sonst übers Ziel hinausschießen, falls Ihre Interpretation falsch ist.

3 Ein Puffer ist eine Aussage, mit der wir zu erkennen geben, dass wir dem Kunden zugehört, seinen Einwand zur Kenntnis genommen und dessen Wichtigkeit erkannt haben. Äußert ein Kunde einen Einwand, dann sollten wir diesen mit einem Puffer zunächst einmal abfedern. Mit dem Puffer wird dem Einwand weder zugestimmt, noch wird er abgestritten, noch wird eine direkte Antwort auf den Einwand gegeben.

Beispiele für Puffer:

Einwand: Ihr Preis ist sehr viel höher, als ich erwartet hatte.

Puffer: Ich verstehe gut, dass Sie sich über die Höhe der Investition Gedanken machen.

Einwand: Ich bin mit meinem derzeitigen Anbieter zufrieden.

Puffer: Zufriedenheit mit einem Partner ist ein wichtiger Aspekt in einer Geschäftsbeziehung.

Einwand: Meine Mitarbeiter kommen gut mit dem derzeitigen Prozess klar.

Puffer: Natürlich liegt Ihnen viel an der Zufriedenheit Ihrer Mitarbeiter.

Einwand: Ich glaube nicht, dass wir momentan etwas verändern möchten.

Puffer: Sie werden sicherlich zur richtigen Zeit die passende Entscheidung treffen.

4 Ihre Antwort hängt von vielen Faktoren ab, unter anderem von Ihrer Beziehung zum Käufer, weiteren Interessen und der Perspektive des Käufers. Die beste Methode, auf Einwände zu reagieren, ist Beweise anzuführen.

B	Beispiel
E	Entsprechung/Analogie
S	Statistik
I	Illustration
E	Empfehlung
G	Gutachten
T	Tatsache

5 Möglicherweise denken wir, dass wir ganz großartige Arbeit geleistet haben, nachdem wir einen Einwand des Kunden ausräumen konnten. Wichtig ist aber, wie sich der Kunde damit fühlt. Bevor wir weitermachen, sollten wir herausfinden, ob er schon bereit ist, den Verkaufsprozess fortzusetzen.

Beispiele:

Kommt Ihnen das entgegen, was die Rückzahlungen angeht?

Wie klingt das für Sie?

Sind Ihre Bedenken damit ausgeräumt?