



44 AHA!

Im Verkaufsgespräch überzeugen.

VON SANDRA SCHUBERT



AHA!

Wie Sie im Verkaufsgespräch für die richtigen Momente sorgen und damit Kunden überzeugen.

VON SANDRA SCHUBERT

Als Trainer und Beraterin, Coach oder Therapeut haben wir gelernt, unseren Gesprächen Leichtigkeit zu verleihen. Und wie steht es um uns, wenn wir die eigene Leistung an den Mann oder die Frau zu bringen haben? Da ist es mit der Gesprächskunst schnell vorbei. Im Verkauf geht es, wie auch beim Netzwerken, vor allem darum, beim Gegenüber für einen AHA-Moment, wie ich ihn in meiner Happy-Sales-Methode nenne, zu sorgen, um nachhaltig einen positiven Eindruck zu hinterlassen.

Trainer, Coaches und Berater haben guten Grund, in ihrem Beruf glücklich zu sein – schließlich verhelfen sie durch

ihren persönlichen Einsatz ihren Kunden zu Glück und Erfolg. Wie lässt sich unsere Begeisterung gut verkaufen? Verkaufen heißt für mich, dem Kunden dabei zu helfen, eine gute Entscheidung zu treffen. Damit dies gelingen kann, sind wir gefordert genau zuzuhören und mit echtem Interesse und gezielten Fragen herauszufinden, was der Kunde wirklich will. Dabei ist oft ein wahrhaft detektivischer Spürsinn gefragt, denn viele Kunden wenden sich gerade deshalb an einen Coach oder Berater, weil ihnen selbst nicht so ganz klar ist, wonach sie suchen. Wie schön, wenn dann beide Seiten neugierig an die Sache herangehen. Wenn uns die Neugier packt, wird in unserem Gehirn ein Cocktail

an Botenstoffen ausgeschüttet, der nicht nur für Glücksgefühle sorgt, sondern auch für mehr Klugheit, weil er unser Denken fördert. Universitätsstudien haben ergeben, dass dadurch der Intelligenzquotient um ein bis zwei Punkte zunimmt! Klugheit hilft uns dabei unsere Kunden richtig einzuschätzen, und dies wiederum befähigt uns die richtigen AHA-Momente anzubringen. Sowohl im Verkauf als auch im Coachinggespräch.

Mein persönlicher AHA-Moment

Ich entführe Sie einmal in die Zeit vor dem arabischen Frühling nach Kairo. Auf dem Basar Chan el Chalili, einem der größten Basare Afrikas, bin ich auf

Praxis Kommunikation_ Sandra Schubert erklärt, wie man im Verkaufsgespräch überzeugt

Nr. 1 vom Februar 2018



der Suche nach dem besten Verkäufer des Marktes. In meinem Buch habe ich diese Episode beschrieben. Meistens kaufe ich Pashminas, hochwertige Wollschals, mit denen ich Freunde, Verwandte und Bekannte beglücke. Ich unterhalte mich mit den Händlern gern über Qualität und Vielfalt dieser Textilien und verhandle den Preis. Diesmal aber zeigt sich der Händler recht unnachgiebig. Da kommt mir ein Gedanke. Ich greife spontan in meine Handtasche und hole eines der Sturmfeuerzeuge hervor, die ich aus dem letzten Promotion-Training für eine bekannte Zigarettenmarke mit mir trage. Freudestrahlend überreiche ich es dem Händler: „Ich habe Ihnen ein Geschenk mitgebracht!“ Schlagartig verändern sich seine Gesichtszüge.

„Ein Geschenk für mich, aus Deutschland, echt?“ Er kann es kaum glauben. „Ja, natürlich. Für Sie, aus Deutschland!“

Was dann kommt, ist klar: Vorstellen der gesamten Verwandtschaft, Tee, Führung durch das Textillager, auch die Pashmina-Fabrik möchte er mir zeigen. Und natürlich kaufe ich den Pashmina zu einem wesentlich günstigeren Preis als zuvor. Die Überreichung des Feuerzeugs erwies sich als Schlüsselszene in unserem Gespräch, ein AHA-Moment für beide Seiten.

Die Frage ist: Wie können wir als Trainer, Berater und Coaches solche AHA-Momente im Verkaufsgespräch finden?

Strategie im Verkauf

Vor ungefähr drei Jahren lernte ich auf einem Seminar eine Kollegin kennen, die im Marketing für digitale Transformation arbeitete. Da zu diesem Zeitpunkt kaum jemand etwas mit diesem Begriff anfangen konnte, tat sie sich in der Gewinnung von neuen Kunden schwer. Auch ihr introvertiertes, zurückhaltendes Wesen machte es ihr schwer, Kunden anzusprechen. Im Vertriebscoaching haben wir für sie eine individuelle Strategie für bestimmte AHA-Momente entwickelt.

Vor jedem Anruf bei einem Schon-Bald-Kunden – so bezeichne ich in meiner Methode Zielkunden – führt sie einen Check der Online-Marketing-Maßnahmen des jeweiligen Unternehmens durch. Schon dabei kommen ihr nicht nur Erkenntnisse, sondern auch erste Ideen für Lösungsansätze dafür, was der Kunde braucht. Sie fühlt sich also optimal vorbereitet und positiv eingestimmt, und so strahlt sie bei ihrem Schon-Bald-Kunden Selbstbewusstsein und Freude aus. So wie ich auf dem Basar in Kairo, überreicht sie ihm nach einer kurzen und prägnanten Vorstellung ihr Geschenk: Tipps für das digitale Marketing, die das Unternehmen sofort umsetzen kann, die ihre Kompetenz beweisen und dem potenziellen Kunden Lust auf mehr machen – nämlich auf ein persönliches Kennenlernen dieser sympathischen, kompetenten Expertin. Und auf eine Zusammenarbeit.

Wie lässt sich ein Geschenk nach der AHA-Methode beispielsweise auch verbal übergeben?

1. Dem Gesprächspartner ein nettes Kompliment machen. Hierfür nutze ich gern Profile aus den Social-Media-Kanälen. Ich freue mich über ein sympathisches Profilfoto oder nehme Bezug auf eine Gemeinsamkeit bei den Interessen. Schon gibt es einen überraschenden Gesprächseinstieg.

Begeistern, statt nur beraten – so geht’s:

1. Neugierig sein auf den anderen und seine Wünsche.
2. Für Klarheit sorgen. Im Dickicht der Möglichkeiten Orientierung geben und eine klare Empfehlung aussprechen.
3. Mit AHA-Momenten raus aus der Verkaufsroutine: durch spannende Informationen, ein kleines Geschenk, ein nettes Kompliment, einen spontanen Witz.
4. Mit guten Geschichten unterhalten und nachhaltig Informationen transportieren.
5. Durch anschauliche Demonstrationen den Kunden involvieren und ihn „begreifen“ lassen.

3. Den Bedarf oder die Fragestellung des Kunden auf den Punkt genau formulieren. „Wenn ich Sie richtig verstanden habe, geht es Ihnen um ...“ Oder: „Ihr größtes Anliegen ist also ...“. Der Kunde fühlt sich dadurch verstanden und damit ist die Basis geschaffen, den Lösungsansatz zu präsentieren.
4. Eine neue Lösung oder Idee aufzeigen. „Was halten Sie davon, wenn wir folgendermaßen vorge-

Einfach mal spontan sein und gemeinsam lachen!

2. Wertschätzend zuhören und den Gesprächspartner durch kluge Fragen zum Nachdenken bringen. Coaches und Berater wissen, dass gute Fragen zu Klarheit beim Klienten führen. Sie zeigen außerdem Analysekompetenz und echtes Interesse – zwei Fähigkeiten, die garantiert für Erfolg im Verkauf sorgen.

hen ...?“, und dann, wie die Marketingexpertin, die ich als Kundin begleitete, clever mit den Erkenntnissen aus der Vorbereitung punkten. Vorsicht: Beim Verkauf gilt der Leitsatz „Interessieren, nicht (über-)informieren!“. Wir wollen ja schließlich nicht unser ganzes Pulver verschießen! ▶

Kunden sind verwöhnt – sie sind immer auf der Suche nach dem Außergewöhnlichen.

5. Einfach mal spontan reagieren und gemeinsam lachen. Situationskomik zuzulassen und herzhaft zu lachen ist ein befreiendes Erlebnis. Warum schenken wir unseren Kunden so ein Glückserlebnis nicht öfter?

Ist es uns gelungen, durch AHA-Momente im Verkaufsgespräch die Herzen unserer Kunden zu erreichen, dann haben wir jetzt noch eine weitere Aufgabe: Sorgen wir für gute Unterhaltung.

Ein guter Verkäufer ist ein unterhaltsamer Verkäufer! Der Kunde von heute ist durch die Medien verwöhnt. Sie sind stets auf der Suche nach dem Außergewöhnlichen. „Soll ich jetzt auch noch zum Komiker werden?“, höre ich Trainer, Coaches und Therapeuten schon aufschreien. Nein, es geht nicht darum Witze zu reißen oder Kunststücke aufzuführen. Und doch sollten wir mit Geschichten aus unserem Erfahrungsschatz – natürlich diskret und ohne Persönliches zu verraten – nicht nur Kompetenz vermitteln und inspirieren, sondern eben auch unterhalten können. Denn dann werden unsere Kunden zu echten Fans und die Neukundengewinnung wird durch Weiterempfehlungen befeuert. Kleine AHA-Momente, große Wirkung! ◀◀



Zur Autorin

Sandra Schubert

Rosenheim, Expertin für Erfolg und Motivation im Verkauf mit ihrer Firma SCHUBS Vertriebskonzepte, zertifizierte Keynote-Speakerin und Buchautorin: Happy Sales (Wiley-VCH).

www.schubs.com

LITERATUR

Sandra Schubert: Happy Sales – mit Positiver Psychologie und Zeitmanagement zum Erfolg im Verkauf. Wiley-VCH, 2015