

Verkaufspersonal: Kommunikation als Schlüssel zum Erfolg

Kommunikation ist alles, insbesondere im Verkauf. Den geborenen Verkäufer gibt es tatsächlich. Das bedeutet aber nicht, dass gutes Verkaufen nicht erlernbar ist. Fast jeder Mensch, der einigermaßen redigewandt und anderen gegenüber offen ist, kann gutes Verkaufen lernen. Wege zum Erfolg zeigt unser Autor **Alexander Schmidt**.

Ihr Geschäft ist up to date, ein aktuelles Sortiment, ein geniales Marketing und die Schaufensterdekoration macht neugierig. Die Kunden reagieren positiv und suchen das Geschäft auf. Doch die Verkaufszahlen hinken hinterher. Viel zu viele Kunden verlassen ohne Kauf das Geschäft. Warum ist das so?

Auch wenn es weh tut, zuweilen ist es das Personal oder auch der Inhaber, der den Kunden nicht mitnehmen konnte. Mitnehmen auf eine Reise, die am Ende mit einem Kauf belohnt wird. Die ersten alles entscheidenden Sekunden/Minuten gelten nicht nur in der Liebe, auch im Verkauf sind sie bedeutend. Mit der Frage »Kann ich Ihnen helfen?« haben Sie eigentlich schon verloren. Bei was wollen Sie denn helfen? Über die Straße, die Treppe hinauf oder beim Schuhe binden? Meist wird die Antwort mit »nein danke« beantwortet! Selbst wenn

Sie eine »W«-Frage stellen, also eine offene, wie z.B. »Was kann oder darf ich für Sie tun« langweilt das. Meine Antwort auf diese Frage wäre: Sie dürfen mir gerne einen Kaffee bringen.

Sie wollen schon, dass der Kunde sein hart verdientes Geld bei Ihnen lässt oder etwa nicht? Selbstverständlich ist das nicht, sein Geld ausgeben kann er auch beim Mitbewerber on- wie offline. Möglichkeiten gibt es genug. Sie müssen Ihren Kunden verführen, motivieren und begeistern, damit er sein Geld bei Ihnen lässt. Mit langweiligen Ansprachen gleich zu Beginn wird das nur selten gelingen.

Wie erwähnt, die ersten Sekunden sind entscheidend. In diesem Moment ist Ihre Möglichkeit im ersten Schritt die große Barriere des Kunden abzubauen. Ich nenne diese Barriere »Fremdeln«. Versetzen wir uns mal in den Kunden. Er betritt ein ihm fremdes Geschäft. Er möchte auf keinen Fall etwas »aufs Auge gedrückt bekommen«. Eigentlich will er sich am liebsten ungestört und alleine umsehen. Mal ehrlich, sind wir nicht alle so ähnlich?

Im zweiten Moment wird das Vertrauen des Kunden gewonnen. Beide Momente verlaufen fließend. Doch wie könnte das funktionieren? Eigentlich ist es gar nicht schwer. Aber auch Verkäufer haben ein »Fremdeln« in sich. Auch sie kennen den Kunden nicht, der gerade das Geschäft betritt. Unsicherheit ist oft der Grund einer falschen Fragestellung.

Nehmen Sie dem Kunden das Fremdeln. Begrüßen Sie Ihre Kunden nicht mit einer allgemeinen, lapidaren Frage. Begrüßen Sie Ihre Kunden mit einer Feststellung, solch einer, die freudig und positiv zugleich ist. Sie muss ehrlich gemeint sein, ein Kunde spürt Unehrllichkeit. Finden Sie ansprechbare Merkmale schon während der Kunde das Geschäft betritt. Ob Hund, Schal, Mantel, Uhr, Frisur oder auch ein Duft, es gibt immer etwas, das man positiv ansprechen kann. Trauen Sie sich, seien Sie mutig, zeigen Sie Interesse am Kunden und sprechen ihn mit einem Lächeln an. Sie werden sehen, mit fast allen Menschen kommen Sie so in ein Gespräch. Während dieser netten Unterhaltung, die daraus entstehen sollte, bauen Sie gleichzeitig Vertrauen auf.

Sie können Ihren Kunden aber noch frecher begrüßen: Lächeln Sie ihn an, begrüßen Sie ihn z.B. mit den Worten: Herzlich willkommen, Sagen Sie mir, trinken Sie Ihren Kaffee schwarz oder mit Milch und Zucker, oder nehmen Sie lieber ein Wasser? Sie stellen den Kunden in diesem Moment vor eine Wahl, ein Entweder/oder-Szenario. Er sollte eine Entscheidung treffen, was er meist auch tut. Nur wenige werden das Angebot ausschlagen. Das entsprechende Getränk sollte natürlich bereitstehen. Auch in diesem Fall ist die allererste Hürde des Fremdelns genommen. Mit einem Getränk in der Hand lässt sich dann ein Gespräch wesentlich entspannter einleiten und führen. Vertrauen baut sich auf. Je mehr der Kunde von sich erzählt, je besser. Haben Sie immer ein offenes Ohr, interessieren Sie sich für ihn, das wird honoriert.

Jetzt kommt der Moment des Überleitens: »Ich möchte Ihnen gerne etwas zeigen, kommen Sie kurz mit?«. Natürlich macht er das, er ist ja

Zur Person

Alexander Schmidt ist seit über 35 Jahren im Einzelhandel tätig. Seit mehr als 16 Jahren bietet er Konzepte für Verkaufsfaktionen, wie Jubiläums-, und Umbauverkäufe sowie Lösungen für Geschäftsaufgaben, z.B. aus Altersgründen an. Davor war Schmidt Inhaber eines Einzelhandelsfachgeschäfts, bevor er es per Räumungsverkauf veräußerte und sich als Berater selbstständig machte.





© Thinkstock: bowle15

höflich. Führen Sie ihn z.B. zu einer schönen Uhr, einem schönen Ring oder zeigen Sie ihm was gerade neu eingetroffen ist. So haben Sie das Gespräch geschickt auf den eigentlichen Grund des Besuches gelenkt. Schnell lässt sich nun ergründen, was der Kunde sucht. Grenzen Sie das Gesuchte nun ein. Jetzt dürfen und müssen Sie Fragen stellen. Mit zehn bis maximal 15 Fragen sollten Sie wissen, was der Kunde sucht. Bleiben Sie dabei aber genauso locker wie die ganze Zeit. Integrieren Sie das Verkaufsgespräch in das Allgemeingespäch. So bleibt das Persönliche gewahrt. Das Thema ist und bleibt der Mensch hinter dem Kaufwunsch, vergessen Sie das nicht. Es ist wichtig

die Auswahl, die Sie zeigen, klein zu halten, sonst ist der Kunde verwirrt. Je besser man zuhört, je einfacher ist es, das für den Kunden Passende zu präsentieren.

Hat der Kunde ein Stück in die engere Wahl gezogen, freuen Sie sich mit ihm. Er wird es Ihnen danken. Hat das gute Stück eine Geschichte? Erzählen Sie diese, kurz und prägnant. Oder hat es irgendeine Besonderheit? Sagen und zeigen Sie es ihm, denn das macht das Stück begehrllicher. Der »Will ich haben«-Effekt wird größer. Hat sich ein Kunde für ein Stück entschieden, fragen Sie ihn, ob er es gerne gleich tragen oder es verpackt haben möchte. Ohne zu überrumpeln leitet man geschickt in den Kaufprozess über. Kommen Sie nun ja nicht auf die Idee, dem Kunden Alternativen zu zeigen. Er hat sich entschieden. Tatsächlich gibt es nicht wenige Verkäufer, die genau das tun. Das ist absolut kontraproduktiv.

Geben Sie Ihr technisches Wissen niemals zum Besten. Sonst überfordern und langweilen Sie Ihren Kunden. Sie reden ihn quasi mundtot. Er wird mit der Aussage »Ich muss nochmals darüber schlafen« für immer Ihr Geschäft verlassen. Viele Verkäufer geben Ihr technisches Wissen ungefragt ohne Punkt und Komma preis. Glauben Sie mir, ein Kunde will das garantiert nicht wissen, außer er fragt danach.

Fazit: Ein introvertierter Mensch wird sich in diesem Beruf nicht wohl fühlen. Kommunikation ist der erste Schlüssel zum Erfolg. Verkaufen kann man lernen. Techniken, Methoden und Informationen gibt es genügend, die Freude am Verkaufen kommt mit den ersten Erfolgen meist von selbst.

www.schmidt-aktionsverkauf.de
Alexander Schmidt

Checkliste Verkauf

1. Kunden freundlich begrüßen
2. Kunden bei der Gesprächseröffnung auf ein persönliches Merkmal positiv ansprechen.
3. Gesprächsbarrieren (»Fremdeln«) abbauen, Vertrauen aufbauen.
4. Nach der Begrüßung: Alternativ-Fragen stellen – möchten Sie lieber Wasser oder Kaffee zum Trinken?
5. Interesse am Kunden und seinen Bedürfnissen zeigen.
6. Kunden im Gespräch langsam auf eine Attraktion/Neuheit hinweisen, damit er von sich aus erzählt, was er will.
7. Kundenbedürfnis nun eingrenzen.
8. Lockere Gesprächsatmosphäre trotzdem beibehalten, und immer den Menschen hinter dem Kaufwunsch sehen.
9. Auswahl der Ware so klein halten wie möglich, um den Kunden nicht zu verwirren. Formel: Je kleiner, desto besser haben Sie den Kunden verstanden.
10. Den Kunden bei der getroffenen Wahl des Artikels bestärken, sich mit ihm freuen.
11. Vorzüge der Ware durch eine Geschichte oder eine Besonderheit verstärken.
12. Wenn der Kunde sich entschieden hat, keine Alternativen mehr aufzeigen.
13. Niemals sein technisches Wissen als Selbstzweck zum Besten geben.

4YOU



www.pret.de
info@pret.de
☎ 07231/948860

