

Verkaufen unter erschwertten Bedingungen

Was zeichnet eine erfolgreiche Verkaufskraft heutzutage aus? Die Covid-19-Pandemie hat zwar viele Unternehmens- und Lebensbereiche verändert sowie digitalisiert, jedoch gibt es wenig Gründe, um den gesamten Verkaufsprozess sowie dessen Kommunikation neu zu erlernen. In diesem Beitrag wird erläutert, mit welchen Denkstrategien und welchem Auftreten eine wirkungsvolle Verkaufskraft auch in unsicheren Situationen überzeugen kann.

Dr. Oliver Mattmann

Wie wird «Erfolg» in der heutigen Zeit eigentlich definiert? Aufgrund der Corona-Krise ist es notwendig, das Konzept dieses Begriffs zu überdenken. Dadurch wird ersichtlich, dass der Erfolg einer Verkaufskraft nicht zwingend mit einer Unterschrift auf dem Kaufvertrag gleichgesetzt werden kann. Auch ein gelungenes Verkaufsgespräch ist ein Erfolg, welcher besonders in Krisenzeiten gebührend anerkannt werden soll. Die gegenwärtige Situation erfordert nämlich mehr

Fingerspitzengefühl als zuvor: Es ist nun umso wichtiger, die Wünsche und Vorstellungen der Kunden präzise zu erfragen. Dies geschieht mittels einer strukturierten Bedürfnisanalyse, in welcher die Verkaufskraft verschiedene Fragetechniken anwenden kann, um die konkreten Anforderungen der Kundschaft zu ermitteln. In diesem Zusammenhang werden häufig offene Fragen angewendet, die auch als «W-Fragen» bezeichnet werden können: Was möchten Sie in diesem Gespräch klären? Wo und wie können wir Sie bei Ihren Zielen unterstützen?





Bild: Begliner/Matmann

Wie stellen Sie sich eine Zusammenarbeit vor? Was ist Ihnen besonders wichtig? Auf was legen Sie Wert? Was darf unter keinen Umständen passieren? Welches Budget haben Sie? Wer wird darüber entscheiden? Wer muss alles zustimmen? Wie stellen Sie sich die nächsten Schritte vor? All diese Fragen eignen sich, um im Verkauf die Ausgangslage festzulegen und die Vorstellungen des Gegenübers besser zu verstehen.

Was kann die Kundschaft durch den Kauf gewinnen?

Die klare Bestimmung der Kundenvorstellungen ist notwendig für den erfolgreichen Ablauf eines Verkaufsgesprächs. Auf diese Weise kann die Verkaufskraft abschätzen, welchen Mehrwert sich die Kunden von dem Produkt oder der Dienstleistung wünschen. Besonders im technischen Verkauf werden oft Produktdetails sowie weitere Eigenschaften der Geräte beleuchtet. Diese Informationen sind zwar grundlegend für eine umfassende Produktbeschreibung, aber sie vermitteln den Kunden nicht, wie diese durch den Gebrauch dieses Gerätes profitieren. Vielen Verkaufsmitarbeitenden fällt es schwer, diesen Mehrwert für die Kunden genau zu definieren. Deshalb ist es umso wichtiger, stets den maximalen Nutzen für die Kundschaft in den Vordergrund zu stellen (zum Beispiel mit der Frage: Wieso kaufen die Kunden bei uns? Weshalb kaufen unsere Kunden diese Produkte oder Dienstleistung?). Ferner kann der Mehrwert auch für die jeweilige Zielgruppe konkretisiert werden: Eine geschickte Verkaufsperson wird nicht nur den Nutzen für die Person präsentieren, welche bloss den Kauf tätigt. Sie geht auch darauf ein, welche Vorteile die effektiven Nutzer haben werden, und zeigt, welchen Mehrwert des Produkts die Entscheidungstragenden feststellen werden. Durch den bewussten Perspektivenwechsel können überzeugende Argumente im Sinne des Nutzens aufgezeigt werden. ▷

Die klare Bestimmung der Kundenvorstellungen ist notwendig für den erfolgreichen Ablauf eines Verkaufsgesprächs. Auf diese Weise kann die Verkaufskraft abschätzen, welchen Mehrwert sich die Kunden von Produkt oder Dienstleistung wünschen.

Reibungslose und transparente Produktion •

Abacus Produktionsplanung und -steuerung (PPS) – die Planungssoftware für Fertigungsunternehmen



Ihr Nutzen mit Abacus PPS

Das PPS wurde als integriertes Modul im Abacus Software-system speziell für Fertigungs- und Industrieunternehmen entwickelt. In der Gesamtlösung finden sich keine doppelten Datenbestände bezüglich Artikel-/ Lagerdaten, Dispositionskennzahlen und Adressinformationen.

abacus.ch/pps

 **ABACUS**

Bild: Beglinger/Mattmann



Es ist wichtig, die Wünsche und Vorstellungen der Kunden präzise zu erfragen. Dies geschieht mittels einer strukturierten Bedürfnisanalyse, in welcher die Verkaufskraft verschiedene Fragetechniken anwenden kann.

Unterschied in der Leistung der Verkaufskraft

Gerade wenn sich ein Verkaufsgespräch in einer unberechenbaren Zeit abspielt, ist das Aufführen von konkreten Lösungswegen ein grundlegender Erfolgsfaktor. Indem eine Verkaufsperson mehrere Lösungsmöglichkeiten vorstellt und präzisiert, signalisiert sie den Kunden die Sicherheit und Zuversicht, die sie sich wünschen. Deshalb ist eine klare Strukturierung der Lösungsvorschläge umso wichtiger, um das Vertrauen in die Zusammenarbeit zu stärken. Hierfür ist auch die persönliche Wirkung der Verkaufskraft massgeblich. Weil vergleichbare Maschinen eine ähnliche Grundfunktion besitzen, kann eine Verkaufsperson an dieser Stelle mit den eigenen Kompetenzen sowie der persönlichen Wirkung überzeugen. Dabei handelt es sich nicht um die Selbstinszenierung der Verkaufsperson, welche sie dazu zwingt, eine oberflächliche Rolle im Verkaufsgespräch einzunehmen – im Gegenteil.

Authentizität lässt sich nicht imitieren

Zwar ist die Steigerung der persönlichen Wirkung ein komplexer Prozess, der nicht von heute auf mor-

gen vorstattengehen kann. Dennoch gibt es drei Kriterien, an welchen man sich im Kundengespräch orientieren kann: An erster Stelle gilt es zu realisieren, dass der Mensch in jeder Situation eine bestimmte Wirkung hat. Ob man nun schweigt oder spricht – durch unsere Mimik und Gestik wirken wir immer. Zweitens braucht es in jedem Moment gleich wenig beziehungsweise gleich viel, um positiv oder negativ zu wirken. Meist besitzt man nur eine Chance, um einen gelungenen ersten Eindruck zu hinterlassen. Oft entscheidet der Mensch in wenigen Sekunden, wie das Gegenüber auf ihn wirkt. Durch die strategische Anwendung von Instrumenten wie offenen Fragen, Blickkontakt und der Macht des Schweigens kann die persönliche Wirkung sprunghaft gesteigert werden. Schliesslich ist es auch die unbewusste Wirkung, welche die eigenen Verkaufsaktivitäten beeinflussen kann. Eine angespannte Haltung ist besonders zur gegebenen Zeit ein hemmender Faktor. Eine Verkaufskraft, welche besorgt in die Zukunft blickt, wird ihre Kunden nur schwer überzeugen können, ein längerfristiges Geschäft mit ihr zu machen. Daher ist eine zuversichtliche Einstellung gegenüber der aktuellen Situation und der Zukunft entscheidend, um den persönlichen Verkaufserfolg zu steigern.

Die Kundenbeziehung als langfristiges Investment

Um diese Punkte zu realisieren, ist eine saubere und übersichtliche Planung der persönlichen Verkaufsaktivitäten unumgänglich. Wer dies bereits vor der Covid-19-Krise nicht gewissenhaft ausführte, wird unter den erschwerten Bedingungen einer grossen Herausforderung begegnen: Wenn der Verkauf nicht will, steht das Unternehmen still. Weil der Verkauf ein fließender und kontinuierlicher Prozess ist, welcher im Idealfall nicht stocken sollte, sind jegliche Informationen von der Akquise über aktive Angebote hin zur Verkaufsgestaltung regelmässig nachzufassen. Denn das oberste Ziel im Verkauf ist es, dass der Kunde einen freiwillig weiterempfiehlt. Grundsätzlich sollte man nicht an einem einmaligen Geschäft interessiert sein, sondern eine längerfristige Beziehung zum Kunden pflegen.

Eine persönliche Empfehlung ist die beste, wirkungsvollste und zugleich günstigste Werbung für die Verkaufsperson und das Unternehmen. Durch die aktive Weiterempfehlung stehen Vertriebsmitarbeitenden viele neue Türen bei weiteren Kunden offen. Daher ist es wichtig, die Beziehung zur Kundschaft auch nach dem Verkaufsabschluss zu pflegen. Wenn man sich als Verkaufskraft an gemeinsame Vereinbarungen hält, den Kunden voller Überzeugung aktiv zuhört und konstant einen guten Service bietet, wird die Kundschaft auch gerne eine Empfehlung aussprechen.

Anzeige

Unseren Newsletter abonnieren und von 4 kostenlosen Ausgaben des SMM Schweizer MaschinenMarkt profitieren:

www.maschinenmarkt.ch/newsletter

SMM
SCHWEIZER MASCHINENMARKT

Peter Beglinger Training Zug AG
Baarerstrasse 94, 6300 Zug
Tel. 041 240 92 22
peterbeglingertraining.ch