

11 Dinge, die Verkäufer wissen müssen

Wie man mit Kunden richtig kommuniziert. VON ULLA GRÜNBACHER

» Was macht den Unterschied zwischen einem guten und einem schlechten Verkäufer aus? Die Business-Trainerin und Kommunikationsexpertin Silvia Agha-Schantl weiß, woran es oft scheitert. „Viele Verkäufer vergessen bei der Akquise von Neukunden, die treuen Stammkunden bei der Stange zu halten. Das gelingt durch kleine Aufmerksamkeiten, einem Bonus oder die Einladung zu einer Veranstaltung.“

Andere typische Fehler sind:

Keine Lust auf Kundengespräche: Der Verkäufer denkt an die unkooperativen Kunden der vergangenen Tage und geht davon aus, dass auch das nächste Kundengespräch keinen Erfolg bringen wird. Dass Kunden von Gewinnern kaufen wollen und nicht von Verlierern, weiß er nicht.

Distanz zum Kunden halten: Der Verkäufer leiht die auswendig gelernten Zahlen und Fakten zum Produkt ohne Blickkontakt herunter und kümmert sich nicht um die emotionale Ebene. Diese ist jedoch für 80 Prozent der Verkaufsabschlüsse entscheidend.

Wenig preisgeben: Der Kunde wird sich schon selbst informieren, wozu also erwähnen, was der Verkäufer anbietet und für wen er arbeitet? Steht doch ohnehin alles auf der Website. Und wenn der Kunde etwas wissen will, wird er schon fragen.

Möglichst viel reden: Er lässt den Kunden kaum zu Wort kommen. Dass in einem idealen Kundengespräch eigentlich 80 Prozent der Zeit der Käufer spricht und nur zu 20 Prozent der Verkäufer, ist ihm egal.

Viele Angebote vorlegen: Wozu den Kunden fragen, was er konkret will? Lieber den ganzen Produktkatalog vorstellen. Von Vorselektion für den Kunden und individueller Angebotsgestaltung hat der Verkäufer noch nie etwas gehört.

Keinen Nutzen aufzeigen: Der Verkäufer erzählt zwar, was das Produkt kann, nicht aber, wie der Kunde davon profitiert. Auch die Argumentationskette – vom Vorteil für den Kunden bis zum Nutzen – interessiert schlechte Verkäufer nicht.

Das Kaufmotiv nicht hinterfragen: Der Verkäufer fragt nicht, warum der Kunde das Produkt benötigt. Den Leitsatz „der schlechte Verkäufer verkauft Produkte, der gute erfüllt Wünsche und Sehnsüchte“ berücksichtigt er nicht.

Bei Einwänden sofort aufgeben: Ok, wenn der Kunde nicht will, dann soll er es eben lassen. Sobald ein Einwand kommt, zieht sich der Verkäufer beleidigt zurück. Von der „Gerade-Deshalb-Methode“ hat er noch nie gehört.

Den Abschluss zerreden: In der heißen Phase beginnt der Verkäufer mit ausführlichen Erklärungen und verunsichert den Kunden. Die Folge: Er zerredet den Abschluss und stellt die Abschlussfrage nicht.

Nicht nach Zufriedenheit fragen: Persönliche Empfehlungen sind das Um und Auf bei der Neukundenakquise. Doch der Verkäufer denkt weder daran, den Käufer nach seiner Zufriedenheit zu fragen, noch danach, ob er ihn weiterempfiehlt. ■



Das Beste aus Brot & Wein genießen. Wir beleben die Küche rund ums Brot und lassen uns von der ganzen Welt inspirieren, ohne dabei zu vergessen, woher wir kommen. Zur Verstärkung unseres Verkaufsteams suchen wir einen kompetenten

Flagship Store Manager (m./w.)

VOLLZEIT

Ihr Profil:

- Berufserfahrung in einer vergleichbaren Position
- Freundliches Auftreten und Spaß am Umgang mit Gästen
- Leidenschaft für Brot & Gebäck
- Starkes Qualitätsbewusstsein
- Bereitschaft zum Wechsel- & Wochenenddienst
- Sehr gutes Deutsch

Wir bieten:

- 100% Familienunternehmen
- Umfassende Einarbeitung
- Interessante Trainings in der Ströck Akademie
- Gehaltsrahmen: ab € 1.600 bis € 2.600 brutto, je nach Erfahrung

Bewerben Sie sich online unter: www.stroeck.at/karriere

Ströck-Feierabend, Landstraßer Hauptstraße 82, 1030 Wien