

# Gebrauchsanweisung Kunde: Mehr Erfolg im Verkauf

Der Druck auf Verkäufer steigt immens. Produkte werden immer vergleichbarer. Zeit zu überdenken wie Sie Ihren Wettbewerbsvorteil als Verkäufer ausbauen.

## 1. Bullshit «Kunde ist König»

Leben Sie diesen Glaubenssatz in der Praxis? Wenn ja, dann frage ich mich: «Wenn Ihr Kunde König ist, wer sind dann Sie als Verkäufer?». Begegnen Sie Ihrem Kunden am besten respektvoll auf Augenhöhe statt devot im Tiefstatus.

Deshalb: Stossen Sie ab sofort Ihre Kunden vom Thron, denn der Kunde soll am besten Ihr Partner, nicht König sein!

## 2. Gewinner-Haltung

Die gute Nachricht: Sie können Ihre Einstellung jeden Tag auf's Neue selbst wählen: ob in der Akquise oder mitten in der scheinbar aussichtslosen Preisverhandlung. Zahlreiche Studien zeigen, dass wir Mitmenschen wesentlich effektiver überzeugen, wenn wir eine positive Gewinner-Haltung einnehmen. Depressive Menschen erkennt man übrigens auch an ihrer Wortwahl. Deshalb: Kom-

munizieren Sie mehr in Lösungen statt in Problemen.

## 3. Berater oder Verkäufer?

Berater beraten umfassend, stehen für Wissensvermittlung und lassen ihre Kunden selbst entscheiden. Gut gemeint, aber fatal! Als engagierter Verkäufer ermitteln Sie zuerst die konkreten Bedürfnisse sowie das Kaufmotiv Ihres Kunden, unterstützen ihn aktiv bei der Kaufentscheidung und motivieren ihn daraufhin zum Abschluss. No-Go Formulierung im Verkauf: «Bei der Entscheidung kann ich Ihnen nicht helfen!».

## 4. Verkaufen Sie bitte Emotionen, keine Zahlen, Daten oder Fakten

Produkte verkaufen kann jeder. Der Topverkäufer verkauft ein emotionales Gesamtpaket, d.h. er erfüllt Wünsche, Sehnsüchte oder schafft es durch sein Angebot, Probleme zu lösen. So verkauft ein mittelmässiger Finanzberater

einen Bausparer. Ein Topverkäufer verkauft hingegen den Wunsch, sich und seinen Liebsten bald das lang ersehnten Traumhaus zu ermöglichen.

## 5. «Geht noch was beim Preis?»

Geben Sie Procente? Achtung! Wenn Ihr Kunde einmal Procente bekommen hat, dann wird er diese als selbstverständlich ansehen und beim nächsten Mal mehr fordern. Somit züchten Sie sich unzufriedene Kunden und verlieren an Glaubwürdigkeit. Besser: Halten Sie Ihren Preis und geben Sie lieber etwas zusätzlich (Produkt/Leistung).

### Mag. Silvia Agha-Schantl



ist eine gefragte Kommunikationswissenschaftlerin und begeistert seit über 16 Jahren in ihren Trainings und Coachings Manager, Verkäufer sowie Führungskräfte internationaler Unternehmen und tritt als Keynote-Speakerin im In- und Ausland auf.

[www.agha-schantl.com](http://www.agha-schantl.com)

**GSA Chapter Schweiz**

[www.germanspeakers.ch](http://www.germanspeakers.ch)