

Inhalt

- Am Ende kein Abschluss? Vielleicht liegt's am Anfang!
- Mit dem Tablet präsentieren: 3 häufige Fehler und 3 wertvolle Tipps
- 3 Regeln zur Menschenführung: Was Sie von Mahatma Gandhi lernen können

Oliver Wegners Praxis-Tipps
für Führungskräfte im Verkauf



Verkaufen Ihre ersten Sätze gut genug?

Schauen Sie jetzt in diesem Moment einmal zurück auf die letzten erfolgreichen Verkaufsabschlüsse, die Ihnen gelungen sind. Fragen Sie sich dabei: In welchem Moment ist beim Kunden die positive Entscheidung für Sie gefallen? Ich meine dabei nicht die offizielle Entscheidung mit schriftlichem Auftrag oder offizieller Bestellung. Ich meine den Moment, in dem sich der Kunde innerlich für Sie entscheidet. Als Menschenkenner und guter Beobachter, der Sie im Verkauf sind, können Sie das bestimmt erspüren oder zumindest erahnen.

Wenn es Ihnen so geht wie mir, dann merken Sie es meist ganz früh: Entweder Sie haben sofort einen Draht zum Kunden – oder gar nicht. Entweder sagt der Kunde innerlich ganz früh Ja – oder gar nicht. Erfahrene Verkäufer spüren immer wieder schon bei den ersten Sätzen, ob am Ende ein erfolgreicher Abschluss stehen wird. Denn oft entscheidet sich der Kunde – „aus dem Bauch heraus“ – schon ganz zu Beginn eines Verkaufsgesprächs. Mit den ersten Sätzen, Ihren ersten Fragen an den Kunden, die das Gespräch eröffnen, setzen Sie den Ton für diese enorm wichtige Frühphase.

Ich kenne Verkäufer, die fest davon überzeugt sind, dass die Kunst der Gesprächseröffnung deshalb wichtiger ist als Einwandbehandlung oder Abschlusstechnik, die im Verkauf so häufig trainiert werden.

Haben Sie mit Ihren Mitarbeitern einmal die Gesprächseröffnung trainiert und gezielt daran gearbeitet, mit den ersten Sätzen die Grundlage für den Abschluss zu legen? Probieren Sie es einmal aus – ein guter Startpunkt sind die Tipps auf den beiden folgenden Seiten.

Ihr

Oliver Wegner

Den Titelbeitrag können Sie auch als
Audio-Datei zum Hören herunterladen:

www.wegner.intem.de/coaching-brief/leser-service.php



Kontakt:

Oliver Wegner
evolutionplan GmbH
Freisinger Str. 13 • 85737 Ismaning/München
Tel. +49.89.2094-9580 • Fax: +49.89.2094-5501
www.evolutionplan.de
o.wegner@evolutionplan.de



Am Ende kein Abschluss? Vielleicht liegt's am Anfang!

Um mit der Gesprächseröffnung die Grundlage für einen erfolgreichen Abschluss zu legen, machen Sie sich zunächst klar, in welchen Phasen eine Gesprächseröffnung mit dem Kunden verläuft.

Extra-Tipp:

Über Small Talk wird gern gering-schätzig gesprochen. Doch für Sie als Verkäufer ist der Small Talk eines der wichtigsten Mittel für den Erfolg. Beherrschen Sie die Kunst des ungezwungenen Plauderns und hinterlassen dabei einen guten ersten Eindruck, legen Sie den entscheidenden Grundstein für den späteren erfolgreichen Abschluss. Trainieren Sie deshalb auf jeden Fall mit Ihren Mitarbeitern den Small Talk und machen Sie sich mit seinen Regeln und Techniken vertraut.

- **Phase 1: Die Aufwärmphase.** Das ist die allererste Phase bei der Begegnung. Hier führen Sie Small Talk und brechen auf menschlicher Ebene das Eis. Diese Phase ist zwar wichtig (siehe Extra-Tipp links), aber es handelt sich noch nicht um das eigentliche Verkaufsgespräch. Hinzu kommt: Bei eiligen Kunden, die Ihnen nur wenig Zeit einräumen und sofort zur Sache kommen wollen, ist diese Phase kurz oder fällt ganz aus.
- **Phase 2: Interesse wecken.** Der Startschuss für das eigentliche Verkaufsgespräch fällt erst nach der Aufwärmphase. Ist die Stimmung nach dem Small Talk gut, bringen Sie das Gespräch auf einen Aspekt Ihres Angebots, der den Kunden am wahrscheinlichsten interessieren könnte. Meist sind das einfache Kundennutzen, die Sie in Frageform verpacken. Beispielsweise so:

Wie interessant wäre es für Sie ...?

Nur mal angenommen, Sie könnten ...? Wäre das was für Sie?

Wir haben eine Lösung für Problem X gefunden, sind Sie daran interessiert, diese kennenzulernen?

- **Phase 3: Analyse.** Haben Sie das Interesse geweckt, stellen Sie dann alle Fragen, um die Informationen zu bekommen, mit denen Sie ein gutes Angebot erstellen können.

Mein Extra-Service:

Es gibt einfache Regeln und Methoden, mit denen Sie schnell und unbeschwert Small Talk starten. Einen Leitfaden habe ich für Sie und Ihre Mitarbeiter vorbereitet. Mehr dazu auf Seite 6.

Die Gefahr bei der Eröffnung

Ideal ist es, wenn die Aufwärmphase mit dem Small Talk unmerklich in Phase 2 und 3, also ins eigentliche Verkaufsgespräch übergeht. Aber so geschmeidig läuft es nur selten. Oft sagt der Kunde etwas wie „Lassen Sie uns zur Sache kommen!“ und schaut Sie erwartungsvoll an, was Sie ihm denn nun verkaufen wollen. Dadurch beginnt das eigentliche Gespräch mit einem Startschuss. Der abrupte Schnitt kann den Verkäufer verunsichern oder dazu verleiten, Produktvorteile herunterzurattern. Bereiten Sie sich auf diese eigentliche Eröffnung nach der Aufwärmphase vor. Rechnen Sie beim Small Talk jederzeit damit, dass der Kunde Ernst machen und hören will, was Sie für ihn tun können oder was Sie ihm anbieten. Die folgenden Tipps zeigen Ihnen, welche Gesprächseröffnungen Sie für diesen wichtigen Moment in Ihr Repertoire aufnehmen können.

Tipp 1: Wie Sie dem Kunden unauffällig, aber wirksam schmeicheln

Die Small-Talk-Phase zu Beginn können Sie gut nutzen, um dem Kunden unterschwellig zu schmeicheln und ein gutes Gefühl zu geben. Schauen

Extra-Tipp: Halten Sie den Tisch frei

Wenn der Small Talk in Phase 1 vorbei ist und das eigentliche Thema des Gesprächs aufkommt, legen viele Verkäufer unwillkürlich ihre Unterlagen auf den Tisch: Prospekte, Angebote, Notizblock oder Tablet. Mein Tipp: Warten Sie noch damit. Lassen Sie den Tisch noch frei, und holen Sie die Unterlagen erst jeweils dann hervor, wenn sie im Gespräch benötigt werden. Ansonsten lenken Sie die Aufmerksamkeit des Kunden auf die Unterlagen. Er will dann wissen, was darinsteht, und erwartet, dass Sie ihm jetzt sofort etwas zeigen, statt von sich selbst zu erzählen.

Sie sich zum Beispiel diese beiden Fragen an:

- „Herr Müller, der Konkurrenzkampf auf dem deutschen Markt wird immer heftiger. Wie schätzen Sie aktuell die Situation in Ihrer Branche ein?“
- „Frau Meyer, als Projektleiterin haben Sie immer den perfekten Überblick über alle Abläufe. Wie stellen Sie dies in Ihrem Unternehmen sicher?“

Solche Fragen machen Ihre Gesprächspartner groß! Sie können sich als Experten fühlen, die eine wichtige Position ausfüllen und deren Meinung oder Erfahrung wertvoll ist. Das ist ein angenehmes Gefühl, dem sich kaum jemand entziehen kann.

Mit einem solch angenehmen Einstieg lenken Sie das Gespräch natürlich auch in Richtung der Phase 2. So gelingt ein sanfter Übergang vom Small Talk ins eigentliche Verkaufsgespräch.

Tipp 2: Sorgen Sie dafür, dass der Kunde redet – und nicht denkt!

Die beste Strategie in der Eröffnungsphase ist es, Fragen an den Kunden zu stellen. Neben dem offensichtlichen Grund dafür – Informationen zu bekommen – gibt es ein weiteres wichtiges Motiv, das häufig übersehen oder unterschätzt wird: Der Kunde kommt nicht ins Grübeln.

Halten Sie sich vor Augen: In jedem Moment, in dem Sie reden, hat der Kunde Zeit, sich Gedanken zu machen. Gerade dann, wenn er Ihnen zum ersten Mal begegnet und am Anfang des Gesprächs darüber nachdenkt, was er von Ihnen hält. Er entwickelt Theorien, was Sie ihm verkaufen wollen und was es ihm bringt:

- Solange Sie reden, entscheidet sich der Kunde und sagt Ja oder Nein zu Ihnen. Das wollen Sie jetzt noch nicht!
- Wenn aber der Kunde redet, hat er keine Zeit für solche Grübeleien und offenbart Ihnen stattdessen wichtige Informationen, welche Erwartungen er hat und zu welcher Entscheidung er jetzt bereits tendiert.

Tipp 3: Warum Sie ein paar Notfallfragen brauchen

Noch schlimmer, als selbst zu viel zu reden, sind Gesprächspausen – die peinlichen Momente, in denen keiner etwas sagt und sich alle im Raum unwohl fühlen. Das kann aber gerade in den Gesprächseröffnungsphasen schnell passieren, wenn der Kunde noch fremd ist und kurz angebunden auf Ihre Einstiegsfragen antwortet.

Ihre Sicherheitsstrategie gegen Gesprächspausen: Legen Sie sich eine kleine Auswahl an Notfallfragen speziell für die Momente bereit, in denen eine unangenehme Pause heraufzieht. Eine gute Möglichkeit sind Verständnisfragen, wie:

- „Sie sagten gerade eben, dass Sie ein Berichtssystem in Ihrem Unternehmen haben. Können Sie mir noch einmal erklären, wie das System funktioniert?“

Tipp 4: Warum Sie nicht nur Fragen stellen sollten

Auch wenn Fragen in allen drei Phasen der Gesprächseröffnung die entscheidende Rolle spielen: Stellen Sie nicht nur Fragen. Lockern Sie das Gespräch auch durch sparsame eigene Aussagen, Erfahrungen oder Feststellungen auf. Sonst besteht die Gefahr, dass sich der Kunde fühlt, als würde er in einem Verhör ausgefragt.

Tablets sind im Berufsalltag angekommen. Haben auch Sie schon eines der kleinen Geräte in der Tasche, um beim Kunden damit zu präsentieren oder um Papier und aufwendige Beamer zu ersetzen? Dann nutzen Sie die Tipps auf dieser Seite, um mehr Wirkung zu erzielen und Fehler zu vermeiden.

Mit dem Tablet präsentieren: 3 häufige Fehler und 3 wertvolle Tipps

Fehler 1: Zu viele Zuschauer!

Kennen Sie die Situation, wenn zu viele aufs Tablet oder aufs iPhone schauen wollen? Wenn Sie mehr als einem Gesprächspartner den Bildschirm zeigen, kann mindestens einer der Teilnehmer nichts sehen und ist verärgert. Oder ihm muss bei jedem neuen Bild aufwendig das Tablet gereicht werden. Das verzögert das Gespräch oder kann sogar den Spannungsbogen Ihrer Präsentation zerstören. Oder alle müssen Ihnen ganz nah auf die Pelle rücken, um etwas sehen zu können ...

Tipp: Holen Sie das Tablet nur hervor, wenn Sie einem einzigen Kunden etwas zeigen oder präsentieren wollen – nur ausnahmsweise maximal zwei Kunden. Sorgen Sie für den Fall vor, dass bei der geplanten Tablet-Präsentation dann plötzlich doch mehr Zuhörer auftauchen. Zum Beispiel so:

- Nehmen Sie einen mobilen Beamer mit, der das Bild Ihres Tablets auf die Leinwand wirft.
- Oder bereiten Sie eine Variante Ihrer Präsentation vor, bei der Sie allein mit Stift und Flipchart arbeiten. Das ist heute sogar oft aufsehenerregender, weil die Technik sonst im Vordergrund steht.

Fehler 2: Gewicht unterschätzen

Tablets sind nur im ersten Moment leicht. Wenn Sie das Gerät nur ein paar Minuten mit der Hand halten, wird es ganz schnell unangenehm schwer. Wer daran nicht gedacht hat, kämpft mit Krämpfen im Arm, statt sich auf das Gespräch zu konzentrieren.

Tipp: Arbeiten Sie deshalb immer mit einem Ständer, der das Tablet in einem angenehmen Winkel für Sie und Ihren Kunden hält.

Fehler 3: Unvorhergesehene Vorkommnisse

Die Möglichkeiten für peinliche Pannen sind bei Tablets besonders vielfältig: Im entscheidenden Moment geht das Gerät in batterieschonenden Ruhezustand und der Bildschirm ist schwarz. Oder plötzlich poppt ein Fenster mit der launigen Kurznachricht eines Kollegen auf. Oder bei jeder ankommenden Mail gibt es ein „lustiges“ Geräusch ...

Tipp: Sperren Sie Ihr Tablet, mit dem Sie präsentieren, von der Umwelt ab. Löschen oder deaktivieren Sie alle Mailprogramme sowie Nachrichtendienste und kappen Sie – wenn nicht dringend für die Präsentation benötigt – die Verbindung des Tablets zum Internet und Mobilnetz am besten ganz. Stellen Sie außerdem in den Einstellungen sicher, dass Ihr Gerät nicht automatisch in den Ruhemodus wechselt. Dann kann nicht mehr allzu viel passieren.

Extra-Tipp:

Nehmen Sie einen Zusatzlautsprecher mit, wenn Sie Ihren Kunden Filme oder Präsentationen vorführen, bei denen der Ton wichtig ist. Die eingebauten Lautsprecher sind oft zu schlecht und zu leise für die Präsentation. Das fällt aber häufig erst vor Ort auf, weil beim Test im ruhigen Büro zu Hause die Lautstärke noch ausreichend wirkt.

Der indische Rechtsanwalt, Revolutionär und Friedenskämpfer ist schon seit fast 70 Jahren tot – trotzdem kennt ihn weltweit beinahe jedes Kind: Mahatma Gandhi. Doch Gandhi ist mehr als eine Legende: Er kann Ihnen auch wertvolle Tipps für Ihre Arbeit als Führungskraft geben.

3 Regeln zur Menschenführung: Was Sie von Mahatma Gandhi lernen können



Wenn Sie als Führungskraft Grundsätze suchen, die Ihnen wie ein Fixstern Orientierung geben, dann sind Sie bei Gandhi richtig. Hier sind drei Regeln für die Menschenführung, die überraschend modern klingen, obwohl sie mehr als 70 Jahre alt sind.

Regel 1: Stehen Sie dazu, dass auch Sie nicht perfekt sind

Gandhi-Zitat: *Lebe, als wäre heute dein letzter Tag. Lerne, als würdest du ewig leben.*

Viele Führungskräfte glauben, dass sie perfekt sein müssen. Die eigene Leistung soll makellos und fehlerfrei sein. Für jede Herausforderung sofort eine Lösung!

Dieser Anspruch kann nicht nur schnell zu Stress und Burn-out führen – beinahe schlimmer ist noch: Mitarbeiter wollen keinen perfekten Vorgesetzten. Sie wollen eine glaubwürdige Persönlichkeit, die selbst noch lernt und Fehler eingestehen kann. Wer vorgibt, alles zu wissen und zu können, wird für seine Mitarbeiter unglaublich und unsympathisch.

Regel 2: Mehr als „nur“ ein Team

Gandhi-Zitat: *Mitglieder einer Institution sollten als Familie angesehen werden.*

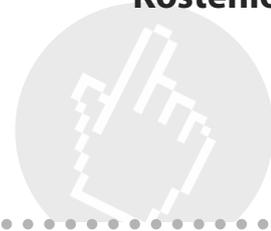
Es wäre natürlich ein großer Fehler, dieses Zitat wörtlich zu nehmen und die Mitarbeiter oder Kollegen tatsächlich als Familie mit ihren starken emotionalen Bindungen zu betrachten. Trotzdem gibt es einen wichtigen Hinweis, den der Autor Alan Axelrod so umschreibt: „Das Konzept des Unternehmens als ‚Team‘ ist zu schwach, um die Beziehungen treffend zu beschreiben. In jedem Unternehmen hängen Wohlergehen, Existenz und Zukunft jedes Mitarbeiters von der Leistung, dem Verhalten, der Fürsorge und dem guten Glauben aller ab.“*

Regel 3: Beispiel statt Macht

Gandhi-Zitat: *Du musst selbst der Wandel sein, den du in der Welt sehen möchtest.*

Viele Pädagogen sind sicher, dass Kinder nicht erzogen werden können, sondern dass sie vor allem durch das Beispiel der Eltern lernen, wie sie sich verhalten. Diese Erkenntnis lässt sich auf die Mitarbeiterführung im Unternehmen übertragen: Nicht Macht und Kontrolle führen zum Erfolg, sondern die Fähigkeit, durch eigenes Verhalten ein Beispiel zu liefern, zu motivieren. Dadurch werden Mitarbeiter in die Lage versetzt, ihren Beitrag zu einem gemeinsamen Ziel zu leisten.

* Alan Axelrod: Gandhi – der CEO: 14 zeitlose Grundsätze als Leitfaden für die Entscheider von heute, FinanzBuch Verlag, 2011



Jetzt kostenlos anfordern: Der Leitfaden für Small Talk

Small Talk möglichst perfekt zu beherrschen ist eine entscheidende Fähigkeit, um das Gespräch mit dem Kunden in Gang zu bringen. Gelingt es Ihnen, in möglichst jeder Situation ein lockeres Gespräch anzufangen und unangenehme Schweigesituationen mühelos zu vermeiden, legen Sie einen entscheidenden Grundstein für den späteren Abschluss. Ich habe einen Leitfaden entwickelt, der Ihnen Themen und Ideen für ein müheloses und angenehmes Plaudern mit Fremden vorgibt.

Klicken Sie hier, um Ihr Exemplar anzufordern. Sie erhalten den Leitfaden umgehend kostenlos als PDF-Datei.

www.wegner.intem.de/coaching-brief/leser-service.php

Oder schicken Sie den folgenden Coupon ausgefüllt an meine Fax-Nummer.

Fax +49.89.2094-5501

Ja, bitte senden Sie mir den Leitfaden für Small Talk kostenlos zu.

Vorname/Name

Firma

Straße/Postfach

PLZ/Ort

E-Mail-Adresse

Ich habe eine Frage zu diesem Coaching-Brief – bitte rufen Sie mich dazu an! Sie erreichen mich am besten:

Datum

Zeit

Tel.-Nr.

Tun Sie einem Freund oder Bekannten etwas Gutes! Tragen Sie hier Namen und E-Mail-Adresse eines Freundes oder Bekannten ein. Dann sende ich ihm diese Ausgabe des Coaching-Briefs mit einem freundlichen Gruß von Ihnen:

Vorname/Name

E-Mail-Adresse