

Redaktioneller Artikel

Standardsituationen im Verkauf

Ecke und Einwand - Über Standardsituationen in Fußball und Verkauf



Einwände im Verkaufsgespräch

Vor kurzem hielt ich einen Vortrag vor Verkäufern zum Thema „Systematische Neukundenakquise“. Eine der Herausforderungen für Führungskräfte bei diesem Thema ist ja, dass sie öfters „nein“ als „ja“ hören, und dazu noch eine ganze Menge an Vor- und Einwänden. Also fragte ich ins Publikum, was aktuell denn so die wirksamsten Methoden der Einwandbehandlung der Verkäufer seien. Da wurden die Beiträge richtig dünn. Es kamen Antworten wie „aktiv zuhören“, „nicht ins Wort fallen“, und so weiter, aber es wurde keine einzige Methode oder Technik genannt. Ich fragte dann weiter, ob denn Einwände so selten vorkommen, dass es sich nicht lohnen würde, sich darauf vorzubereiten. Doch, doch, Einwände seien in Akquisitionsgesprächen Standard, bekam ich zu hören.

Ecke und Einwand - Über Standardsituationen in Fußball und Verkauf

Standardsituationen kennen wir ja auch aus dem Fußball. Die Wahrscheinlichkeit ist sehr hoch, dass eine Mannschaft im Spiel einen Eckball bekommt und deshalb bereiten sich die Spieler gut darauf vor. Das steigert die Erfolgsaussichten maßgeblich. Ein Einwand im Verkauf ist eine Standardsituation - wie eine Ecke im Fußball. Und so wie im Fußball Varianten für den Eckball trainiert werden, so macht es auch Sinn, im Verkauf Varianten der Einwandbehandlung drauf zu haben. Es gibt dafür unzählige Techniken und Methoden. Ein Verkäufer muss nicht alle kennen, er muss nicht mal zehn davon KENNEN, er solltet nur zwei oder drei davon KÖNNEN. (Dass zwischen „kennen“ und „können“ ein Unterschied besteht, ist sicherlich auch mal ein paar Zeilen wert.)

Im Verkauf haben wir es meist gar nicht mit allzu vielen verschiedenen Einwänden zu tun. Wenn ich in meinen Vorträgen die Frage stelle, was denn so die Standardeinwände der potentiellen Kunden seien, werden in der Regel nur ein paar wenige genannt. Wenn ein Verkäufer die sechs bis acht gängigsten Einwände kennt, hat er damit meiner Erfahrung nach schon 90 Prozent aller aufkommenden Einwände in der Akquise abgedeckt. Das klingt doch nach einer ziemlich berechenbaren Situation. Und deshalb kann er sich auch wunderbar standardmäßig darauf vorbereiten.

Im Internet gibt es wahrscheinlich hunderte Videos zur Einwandbehandlung. Klar, die sind sicher nicht immer speziell auf die eigene Branche zugeschnitten, aber die passenden Grundtechniken findet man sicher. Damit sich nicht jeder Verkäufer nachts durchs Internet lesen muss, entwickeln wir für Unternehmen Vertriebshandbücher, bei denen branchen- und firmenbezogene Formulierungen für die Standardeinwand-Behandlung ein Baustein sind. Mein Appell an alle Verkaufsleiter, falls Sie es noch nicht getan haben: Erarbeiten Sie für Ihre Verkäufer einen Leitfaden für die Einwandbehandlung und stellen Sie ihnen diesen zur Verfügung. Gern mit uns.

Mit den Verkäufern in meinem Vortrag zur „Systematischen Marktbearbeitung“ habe ich dann schnell noch einen Exkurs zum Thema Einwandbehandlung unternommen. So als vertriebliche Erstversorgung.

#derLÖSER für Vertriebsaufgaben

Jens Löser

Copyright © 2018 - Löser Consulting/ Jens Löser