

Freundlichkeit im Verkauf ist machbar

Wie man sich selbst täglich motiviert und auch in stressigen Kundengesprächen die Ruhe bewahrt.

Ein japanisches Sprichwort sagt: „Zu dem, der lächelt, kommt das Glück“. Oder der Kunde. Freundlichkeit eines Verkäufers ist kein Hexenwerk. Sie lässt sich erlernen und ist eine Frage der inneren Einstellung. Wer mit positiven Gedanken zur Arbeit geht, strahlt das auf andere aus. Mit Gedanken wie „Ich freue mich auf interessante Kundengespräche“ versetzt man sich selbst in eine positive Stimmung.

AUFMERKSAM SEIN

Was kann getan werden, damit sich der Kunde im Geschäft rundum wohl fühlt? Betritt er das Geschäft, schenkt der Verkäufer dem Kunden voll und ganz seine Aufmerksamkeit. Es macht einen extrem negativen Eindruck, wenn sich der Verkäufer mehr für das Gespräch mit dem Kollegen interessiert als für ihn. Auch das Erscheinungsbild des

Verkäufers ist wichtig. 90 Prozent aller Eindrücke werden über die Augen wahrgenommen. Der Verkäufer muss keine Modelqualitäten haben. Jeder kann aus sich selbst das Beste machen. Ordentliche, passende Kleidung und ein modischer Haarschnitt bewirken Wunder. Im Verkaufsgespräch gehört die Aufmerksamkeit voll und ganz dem Kunden. Auch wenn im Geschäft reger Verkehr herrscht und sich eine Warteschlange gebildet hat: Jedes Verkaufsgespräch ist wichtig. Ein guter Verkäufer lässt sich davon nicht unter Druck setzen. Im Allgemeinen zeigen Kunden Verständnis für kurze Wartezeiten. Nur wenn ein Interessent Bedenkzeit braucht, kann darum gebeten werden, einen Wartenenden in der Zwischenzeit bedienen zu dürfen.

MIT EMOTIONEN PUNKTEN

Im Verkaufsgespräch muss ein Verkäufer nicht immer betont sachlich bleiben. Oft ergibt es sich, dass seine persönlichen Vorlieben oder Erfahrungen eingebracht werden können. Ein nettes „Ich habe zu Hause auch ein solches Gerät und bin immer noch begeistert“ bleibt dem Kunden in angenehmer Erinnerung. Die meisten Menschen wünschen sich, dass man sich für sie interessiert. Hat der Kunde sich zum Kauf entschlossen, wirkt es auf ihn äußerst unhöflich, wenn der Verkäufer sogleich das Interesse an ihm zu verlieren scheint. Freund-

licher sind ein bestärkendes „Da werden Sie lange Freude dran haben“ und ein kurzer Small Talk, während der Kunde zur Kasse begleitet wird. Auch ein Dankeschön an geeigneter Stelle rundet das Verkaufsgespräch ab. Wichtig ist auch, regelmäßig Pausen einzulegen, um neue Kraft zu tanken, damit jeder Kunde zuvorkommend und gewinnend behandelt werden kann.

SCHWIERIGE VERKAUFSGESPRÄCHE

Natürlich gibt es nicht nur freundliche Kunden. Die Herausforderung an den Verkäufer: freundlich und sachlich bleiben. Das ist oft leichter gesagt als getan, vor allem wenn der Kunde sich als schwierig erweist oder gar unverschämt wird. Verschiedene Techniken helfen, diesem Kunden zu begegnen. Die erste Regel: Ruhe bewahren und sachlich bleiben. Damit wird verhindert, dass sich die Lage noch mehr emotional auflädt. Bewährt hat sich die Paraphrase, kombiniert mit der Fragetechnik. Dabei wiederholt der Verkäufer das Gesagte mit eigenen sachlichen Worten. Auf „Bei diesem Preis hätte ich eine höhere Qualität erwartet!“ kann der Verkäufer erwidern: „Sie legen vor allem Wert auf Qualität?“. Durch Wiederholung des positiven Aspekts der Aussage fühlt sich der Kunde verstanden. Dem Verkäufer bieten sich neue Anknüpfungspunkte für ein Gespräch.

Die Isolationstechnik eignet sich vor allem, wenn dem Kunden eine negative Botschaft übermittelt werden soll. Statt: „Ich kann Ihnen keinen Rabatt gewähren“ ist es besser, zu sagen: „Ein Preisnachlass ist leider nicht möglich.“ Die Information wird von jeglichen Personen getrennt und bietet damit weniger Angriffsfläche. Schweigt der Verkäufer nach dieser Botschaft, verleiht er dem Gesagten zusätzlich Nachdruck. Das erhitzte Gemüt des Kunden kann sich abkühlen und eine Eskalation der Situation verhindert werden.

Zu guter Letzt: Ein ehrliches, freundliches Lächeln wirkt in den meisten Fällen ansteckend. Ein Lächeln kostet nichts und ist doch so wirksam. ■

Im Interview: Conny Kozub, Dipl.-Ing. (FH), Fachfrau für PR & Marketing, ist Inhaberin der kozub Vertriebs- & Marketing-Beratung



FOTO KOZUB VERTRIEBS- & MARKETING-BERATUNG

SO GELINGT ES, FREUNDLICH ZU SEIN:

- Positive Gedanken bestärken
- Auf ein gepflegtes Äußeres achten
- Sich für den Kunden interessieren
- Vor allem den Kunden reden lassen
- In schwierigen Verkaufsgesprächen die Ruhe bewahren

www.kozub-beratung.de