

Checkliste 7: „Erfolgsfaktoren für ein persönliches Verkaufsgespräch“

Vorbereitung:

- Bereiten Sie sich gut auf das Gespräch vor und haben Sie alle wichtigen Unterlagen dabei.
- Überlegen Sie sich – wenn nötig – geeignete Small Talk-Themen (aktuelle Ereignisse aus der Region, aktuelle überregionale Ereignisse, gemeinsame Bekannte/ Hobbys, Pläne für den Tag).
- Passen Sie Ihre Kleidung den Gepflogenheiten des Kundenkreises an.

Gesprächseröffnung:

- Freundliche Begrüßung.
- Kurzer Small Talk: Achtung! Sofort beenden, wenn der Kunde kein Interesse signalisiert.
- Gesprächsaufhänger: Bei Neukunden Elevator Pitch, bei Bestandskunden Anknüpfung an letzten Kontakt, statt: „Wie geht es?“ besser „Wie laufen die Geschäfte?“
- Positive Gesprächsatmosphäre schaffen: Blickkontakt zum Kunden, Lächeln, positive Formulierungen.
- Ziel des Gesprächs, Ablauf, heutige Themen vorstellen.
- Falls am Telefon noch nicht geschehen: Entscheiderstrukturen ermitteln.
- Schreiben Sie wichtige Informationen mit.

Informationsphase/Bedarfsermittlung:

- Führen Sie keine Monologe.
- Ermitteln Sie, was der Kunde braucht, erfassen Sie seine Wünsche und Bedürfnisse.
- Führen Sie das Gespräch mit offenen Fragen.
- Hören Sie gut zu und gehen Sie auf Zwischentöne ein. Entschlüsseln Sie indirekte Botschaften.
- Bei Einwänden: Wenden Sie die Methoden der Einwandbehandlung an, statt sofort in die Gegenargumentation zu gehen.

Angebotsphase

- Sprechen Sie nicht von sich, sondern stellen Sie den Kunden in den Mittelpunkt. Nicht: „Wie liefern Ihnen ...“, sondern „Sie erhalten ...“.
- Beziehen Sie die Aussagen des Gesprächspartners in Ihre Argumentation mit ein. Argumentieren Sie mit Nutzenaspekten für den Kunden.

- Bringen Sie das wichtigste Argument nicht zu früh vor.
- Vermeiden Sie Reizformulierungen (Problem, kein Problem, müssen, aber etc.).
- Vermeiden Sie Weichmacher (evtl. manchmal, eigentlich etc.).
- Vermeiden Sie weitere Gesprächskiller: „Fachchinesisch“, Phrasen, Belehrungen, überzogener Humor, Kritik.
- Heben Sie die Leistungen besonders hervor, die im Vergleich zum Wettbewerb einmalig sind.
- Unterstützen Sie Ihre Aussagen beispielsweise mit Referenzen, Mustern, Testberichten, Videos, Presstexten.
- Verkaufen Sie mit Emotionen: Video-Clips, authentische Geschichten, emotionale Fragen stellen.
- Langweilen Sie nicht mit einer endlos langen Beamer-Präsentation, binden Sie die Zuhörer mit Fragen ein.
- Nehmen Sie eventuelle Kritik nicht persönlich. Klären Sie den Sachverhalt und hinterfragen Sie die Aussage.

Gesprächsabschluss

- Arbeiten Sie auf den Verkaufsabschluss hin und erkennen Sie Kaufsignale: beispielsweise entspannte Gesichtszüge, konkrete Fragen des Gegenübers.
- Wiederholen Sie am Ende des Gesprächs das Gesagte noch einmal.
- Verabschieden Sie sich – egal wie das Gespräch verlaufen ist – immer freundlich von Ihrem Gesprächspartner.

Nachbereitung

- Haben Sie Ihr Gesprächsziel erreicht? Wenn nein, woran liegt es aus Ihrer Sicht?
- Gesprächsauswertung: Welche Anknüpfungspunkte sehen Sie?
- Übertragen Sie die wichtigsten Punkte in Ihre Datenbank.
- Legen Sie die Strategie für die nächsten Kontakte zurecht.