



## Don't tell, sell!

1. Ist das Ihr einziger Grund dafür, dass Sie den Auftrag nicht jetzt geben wollen?
2. Abgesehen davon – gibt es dann noch andere Gründe, die Sie vom Kaufen abhalten?
3. Nehmen wir mal an, die Laufzeit wäre kein Problem. Gibt es abgesehen davon noch andere Gründe, die Sie davon abhalten, diese Lösung zu wählen?
4. Nehmen wir mal an, wir finden eine befriedigende Lösung – ist da noch etwas anderes das Sie zurückhält?
5. Vorausgesetzt wir lösen das Problem – sehen Sie da noch andere Hindernisse?
6. Wenn dieses Problem nicht da wäre – kämen wir dann ins Geschäft?
7. Ist das alles, was Sie zurückhält?
8. Wenn wir dieses Problem jetzt gleich lösen, bekommen wir dann den Auftrag?
9. Bevor ich diese Frage beantworte – haben Sie noch andere Fragen zum Vertrag oder zur Abwicklung?
10. Gut, dass Sie das erwähnt haben. Ist das alles, was Sie jetzt davon abhält, den Auftrag zu vergeben?
11. Bedeutet das, dass wir den Auftrag jetzt unterschreiben können, wenn wir eine Lösung finden, die alles mit einschließt?

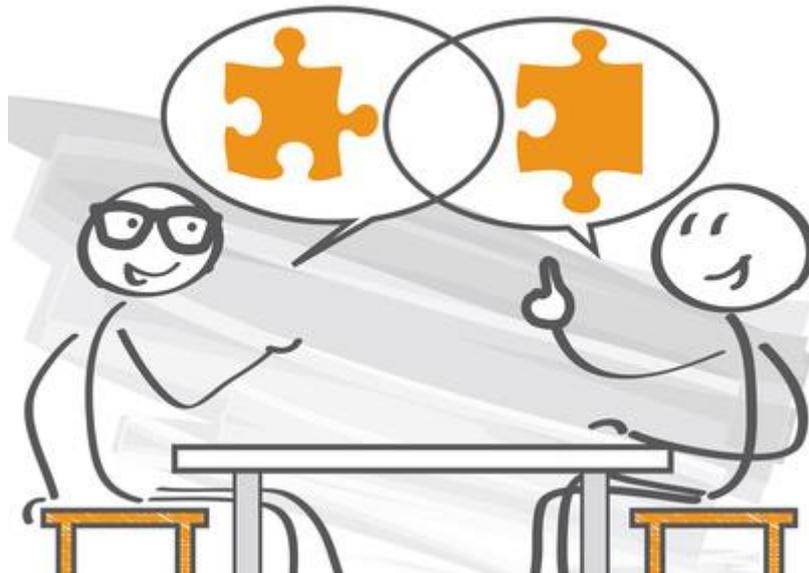




## **Abschlusstechnik: „Wir haben beide etwas davon“**

Ein Geschäft soll für beide Parteien ein gutes Geschäft sein. Der Verkäufer verkauft und bekommt einen Preis dafür. Der Kunde kauft und zahlt einen Preis dafür.

Grundsätzlich ist es die Aufgabe des Kunden, so billig wie möglich einzukaufen – die des Verkäufers, so teuer wie möglich zu verkaufen. Deshalb wird der Kunde oft versuchen, Vorteile für sich herauszuholen.





## **Abschlusstechnik: „Dann sind wir uns ja einig“**

Diese Technik ist die natürlichste von allen.

Du hast dein Verkaufsgespräch gründlich durchgeführt und den Widerstand des Kunden befriedigend überwunden. Du hast die ganze Zeit deine Argumentation und Präsentation auf die Informationen abgestimmt, die du durch die Bedarfsanalyse erhältst – und nachgeprüft – hast. Gibt es dann noch einen Grund, weshalb der Kunde nicht abschließen sollte? Eigentlich nicht! Die Bestätigung bekommst du mit der einfachen und direkten Frage...

„Dann sind wir uns wohl einig – nicht wahr?“

### **Alternativen:**

1. Dann sind wir uns also einig?
2. Dann sind wir so weit.
3. Diese Lösung deckt Ihren Bedarf hundertprozentig – zufrieden?
4. Jetzt haben wir eine Situation mit zwei Siegern. Bringen wir gemeinsam die Vereinbarung zu Papier.
5. Von meiner Seite aus sind wir jetzt fertig – haben wir noch etwas vergessen? Dann können Sie unterschreiben.
6. Somit sind alle Ihre Hauptforderungen erfüllt! Dann lassen Sie uns den Vertrag unterschreiben.
7. Jetzt glaube ich, dass alles, was uns bisher unterschieden hat, aus dem Wege geräumt ist. Ende gut, alles gut. Finden Sie nicht auch?
8. Damit sind wir uns einig: Was wir hier jetzt gemeinsam besprochen haben, ist die beste Möglichkeit, die NABU zu unterstützen – richtig?





## **Abschlusstechnik: „Nehmen wir mal an, dass“**

Kunden – Menschen – geben manchmal fromme Lügen von sich. Deshalb muss der Verkäufer schnell beurteilen können, ob ein Einwand ehrlich gemeint oder falsch war.

Der Kunde kann vielerlei Gründe für seine frommen Lügen haben:

- Vielleicht kann er es sich nicht leisten – aber er will es nicht direkt sagen
- Vielleicht ist Ihr Gesprächspartner nicht befugt, den Vertrag zu unterzeichnen – aber er will es nicht direkt sagen
- Vielleicht entspricht das Produkt nicht hundertprozentig seinen Vorstellungen – und er will es nicht direkt sagen.

Es macht nicht viel Sinn, auf falsche Einwände einzugehen. Aber wie kann der Verkäufer mit einiger Sicherheit entscheiden, ob ein Einwand falsch oder richtig ist? Der Schlüssel liegt in den Worten:

### **„Nehmen wir mal an“**

*Kunde:*

*Verkäufer:*  
„Nehmen wir mal an,

*Kunde:*

*Verkäufer:*  
„Nehmen wir mal an, ... ..“

*Kunde:*



Der Verkäufer sieht ein, dass sämtliche Einwände vorgeschoben oder falsch waren, weil sein Gesprächspartner sie nicht begründen will oder kann. Die logischen Argumente des Verkäufers helfen ihm hier nicht weiter. Der Kunde ist „kaufunwillig“ und steckt in einem Angebots- oder Bedarfskonflikt.



**„Was muss ein optimaler Gesprächsaufbau alles berücksichtigen, um Preiskämpfen und schwierigen Situationen möglichst vorzubeugen?“**

- Fundierte Gesprächsvorbereitung
  - Art des Kunden
  - seine Situation
  - möglicher Bedarf
  - Argumente
  - Fragen
  - Einwände/Widerstände voraussehen
  - Beweismittel
  - Unterlagen
  - Etc.
- Persönlich wirkenden Gesprächseinstieg überlegen
- Fragetechnik einsetzen
- Motive und Bedürfnisse erkennen
- Gesprächspartner an angebotener Lösung mitarbeiten lassen
- Produktdemo durchführen
- Argumente und Aussagen beweisen  
(Daten, Wirtschaftlichkeitsberechnungen, technische Unterlagen, Referenzberichte, ...)
- Produktstärken in Kundennutzen umwandeln
- Vorteile in der SIE-Sprache vermitteln
- Wichtiges wiederholen**
- Kunden bei Argumentation gut beobachten, um Kaufbereitschaft zu erfahren
- Kaufbereitschaft klar abfragen