



Pressestimmen

Deutsche Handwerks Zeitung

DIE WIRTSCHAFTSZEITUNG FÜR DEN MITTELSTAND

Unternehmensführung - 04.09.2018

Verkäuferqualitäten lernen

4 Tipps: Das macht einen guten Verkäufer im Handwerk aus

Verkäuferqualitäten gelten als Typsache. Der eine hat sie, der andere eben nicht. Falsch. Verkaufen – das kann man lernen, trainieren, verbessern. Warum dafür genau jetzt der richtige Zeitpunkt ist.

Von Sebastian Wolk

"Verkaufsseminare werden im Handwerk nicht so stark nachgefragt", sagt Klaus Steinseifer. Von seinen Seminaren laufen Controlling und Buchhaltung besonders gut, Verkaufstrainings dagegen sind Ladenhüter. Steinseifer ist gelernter Maler, hat aber schon 1993 Jahren auf Berater und Referent umgesattelt. Seitdem coacht er vor allem Handwerker, schreibt Bücher, hält Vorträge, gibt Seminare.

Steinseifer verfügt über Verkaufstalent. Das ist etwas, das durch das Internet zunehmend an Bedeutung gewinnt. Andererseits ist es anno 2018 so irrelevant wie lange nicht mehr. Denn in Zeiten der Hochkonjunktur muss ein Handwerker wahrlich kein Vertriebsgenie sein. Die Auftragsbücher sind voll, die Kasse ist prall gefüllt, die Geschäfte laufen quasi von alleine.

Doch genau das ist möglicherweise ein Denkfehler. Denn ewig wird auch die stabile deutsche Wirtschaft nicht floriieren. "Und dann gibt es bei vielen Handwerkern ein ganz böses Erwachen", prognostiziert Steinseifer. Darum sei genau jetzt der richtige Zeitpunkt, um sich auf härtere Zeiten vorzubereiten - und an den eigenen Verkäuferqualitäten zu arbeiten.

Hier sind vier Tipps.

1. Tipp: Training ist wichtig

"Der Handwerker muss authentisch bleiben, sonst hat er verloren", meint Klaus Steinseifer. Grundvoraussetzungen seien technisches Verständnis und Produktkompetenz. Ein Schreiner oder Metallbauer, der viel Fachwissen mitbringt, bringt per se auch Überzeugungskraft mit. "Der Kunde erwartet keinen geschulten Verkäufer. Der erwartet einen Handwerker."

Das bedeutet nicht, dass man an den eigenen Verkaufsqualitäten nicht feilen sollte. Das fängt schon beim ersten Eindruck an. Klaus Steinseifer bemerkt immer wieder, dass es bei manchen schon an den Basics mangle. Guten Tag sagen, auf Wiedersehen, freundlich lächeln, fester Händedruck, in die Augen schauen. Grundlagenarbeit.

Der größte Fehler, den Handwerker im Verkaufsgespräch machen, ist seiner Erfahrung nach die übertriebene Eile. "Viele fallen mit der Tür ins Haus", sagt Steinseifer. Besser sei es, den Kunden emotional abzuholen, mit ihm ein lockeres Gespräch zu beginnen. Zum Beispiel über das Bild an seiner Wand, die Felgen am Auto oder das Jacket am Leib. Schöne oder stabile Erzeugnisse haben einen handwerklichen Bezug, sind darum gerade für Handwerker gute Anknüpfungspunkte zum Smalltalken.

Dafür müsse sich im Übrigen niemand verstellen. Steinseifers Credo: "Du musst so bleiben, wie du bist. Du musst dich nur ein bisschen verbessern."



Nicht jeder ist von Anfang an ein guter Verkäufer. Aber man kann es lernen. - © Chris Titze Imaging - stock.adobe.com

Deutsche Handwerks Zeitung im September 2018 | 1

2. Tipp: Die Extra-Meile gehen

Für Verkäufer gibt es unzählige Geheimtipps und Tricks. Zum Beispiel die Spiegeltechnik. Um Sympathie herzustellen, ahmt der Verkäufer Gesten, Mimik und Wortwahl des Gesprächspartners nach - und sichert sich so Sympathiepunkte. Das funktioniert wirklich.

Forscher aus Michigan haben der Liste nun einen neuen Punkt hinzugefügt. Ihr Rat: Gehen Sie die Extra-Meile für Ihren Kunden! Konkret könnte das bedeuten, ihn nachträglich noch einmal anzurufen, um etwa mitzuteilen, dass die neue Lieferung eingetroffen, der Preis gesunken ist oder eine Alternative bereitsteht. Eine kleine Geste, die zeigt, dass man bereit ist, über das Normalmaß hinauszugehen.

Die Kunden wissen das offenbar zu schätzen. Die US-Forscher fanden heraus, dass ihre Dankbarkeit normalerweise, wenn Verkäufer lediglich ihr Standardprogramm abspulen, gegen Null tendiert. Sobald der Verkäufer aber mehr Energie aufwendet als nötig, geht sie steil nach oben.

3. Tipp: Den Showroom pflegen

Viele Handwerker verfügen mittlerweile über repräsentative Ausstellungsräume, sogenannte Showrooms, in denen sie ihre Arbeiten und Produkte zeigen. Das haben sie mit großen Unternehmen - Modeketten zum Beispiel - gemein, die trotz des Internets nicht gänzlich auf Präsenz in den Innenstädten verzichten wollen. Da gibt es den Sanitärbetrieb, der mondäne Bäderwelten ausstellt. Oder den Heizungsbauer, der die Kunden durch den hochmodernen Heizungskeller führt. Auch viele Tischler und Schreiner, Metallbauer, Fensterbauer oder Raumausstatter setzen auf Showrooms.

"Der Showroom muss die Handwerkerkompetenz nach außen verkörpern", sagt Klaus Steinseifer. Er selbst ärgere sich regelmäßig, wenn er in Ausstellungsräumen über abgestellte Pakete oder Materialien stolpert. Und was spreche eigentlich aus Handwerkersicht dagegen, ruhige Hintergrundmusik laufen zu lassen oder gar einen angenehmen Duft zu versprühen? "Es darf auch eine Getränkekarte auf dem Tisch geben", rät er. Es sei keineswegs unauthentisch, wenn sich der Kunde rundum wohl fühle.

4. Tipp: Mit der eigenen Persönlichkeit punkten

Selbstbewusst, forsch, extrovertiert - so stellt man sich einen guten Verkäufer vor. Beschenken lassen sollte man sich von ihm aber nicht. Das haben Wissenschaftler der Baylor-Universität in Texas in einer aktuellen Studie herausgefunden. Selbstbewusste Menschen projizieren ihre eigenen Wünsche gerne auf andere, greifen spontan zu dem, was ihnen selbst gefällt. Unsichere Menschen dagegen wählen nachweislich die deutlich besseren Geschenke für ihre Mitmenschen aus. Sie grübeln und zweifeln - und das ist offenbar ihr großer Vorteil - können sich besser in andere hineinversetzen.

So ähnlich ist es offenbar auch im Verkauf. Nicht die Lautsprecher sind die besten Verkäufer, sondern diejenigen, die wissen, wann sie auch mal schweigen sollten. Das hatte vor Jahren bereits eine Studie der Wharton Business School in Pennsylvania ergeben. Am besten geeignet seien die Personen, deren Persönlichkeit genau in der Mitte der beiden Extreme lag.

Auch an der Bochumer Ruhr-Uni ist man überzeugt, dass gute Verkäufer die ganze Spannweite an Persönlichkeiten abdecken. "Ruhig oder laut - das geht beides. Nur wenn jemand Angst vor Menschen hat, wäre das ein Problem", meint Jan Wieseke, Lehrstuhlinhaber am Sales and Marketing Department. Von einer vermeintlich fehlenden Eignung als Verkäufer sollte sich daher auch ein Handwerker nicht so schnell abschrecken lassen.