



Der Tipp des Monats Oktober 2003

Autor: Klaus Steinseifer

Ihr Ziel ist der Auftrag!

Haben Sie schon einmal ein Hindernisspringen beobachtet? Der Reiter nimmt mit seinem Pferd elegant und in Bestzeit jede der aufgestellten Hürden. Am letzten Hindernis bleibt er hängen. Der Sieg ist futsch!

Das Verkaufsgespräch müssen Sie perfekt beherrschen

- Setzen Sie Ihre MitarbeiterInnen nach ihren Begabungen ein!
- Durch eine ausgefeilte Fragemethode ermitteln Sie die Meinung, die Wünsche und die Bedarfslage Ihres Kunden.
- Die Kundeneinwände werden von Ihnen unaufdringlich und wirksam behandelt.
- Der Nutzen für Ihren Kunden über die zu erbringenden Leistungen wird von Ihnen optimal präsentiert.

Sie liefern alle notwendigen Beweggründe zum "JA-Sagen"

- Die Wertdarstellung Ihrer Leistungen bestimmt die Preisargumentation.
- Durch Ihr positives Verhalten wird ein unübertreffliches und sehr angenehmes Verhandlungsklima erzeugt.

Alles scheint perfekt zu sein! Müsste dann nicht der Abschluss nur eine reine Formsache sein? Was meinen Sie?

**Wenn Ihnen der Abschluss nicht gelingt,
waren alle vorausgegangenen erfolgreichen Verhandlungsphasen nichts wert!**

Viele Experten reden zu viel und verpassen dabei, im richtigen Augenblick die Abschlussfrage zu

Der Steini®

ist urheberrechtlich geschützt
und unterliegt dem Copyright von Klaus Steinseifer



Die Steinseifer-Seminare
Management im Handwerk.

stellen. Gerade der Handwerksunternehmer, der seine fachliche Überlegenheit gegenüber dem Kunden ausspielt, der bis ins Detail alle zu erbringenden Leistungen erklärt, auf den Kunden pausenlos einredet, um ganz sicher zu gehen, wird am Ende mit leeren Händen da stehen. Durch ein solches Verhalten wird der Kunde nicht entscheidungssicherer, sondern durch immer weitere Gesprächsaspekte verunsichert. Das Ergebnis ist dann: "Ich überlege es mir!"

Das wird Ihnen nicht passieren! Deshalb gehen Sie den Auftragsabschluss methodisch an. Beobachten und verfolgen Sie deshalb die neun Gebote für Ihre erfolgreiche Abschlusstechnik.

Sie dürfen schon sehr gespannt sein und Ihre Mitbewerber werden sich wundern.

1. Auf Stehvermögen und liebenswürdige Zähigkeit kommt es an!

Geben Sie nicht zu früh auf.

Nach der Schlacht beglückwünschte der Verlierer den Sieger: "Sir, ich wünschte, ich hätte auch solch tapfere Soldaten wie Sie!" Der Sieger antwortete: "Monsieur, Sie haben genau solch tapfere Soldaten wie ich, nur meine Soldaten waren in der Entscheidungsphase fünf Minuten länger tapfer als die Ihren!"

Ist das nicht die vielbeschworene letzte Konsequenz?

Einen Kundenauftrag können Sie erringen, indem Sie nicht zu früh aufgeben. Erklären Sie dem Kunden, dass Ihr Betrieb - seiner Bedarfslage entsprechend - die richtige Lösung anbietet.

Wiederholen Sie, wenn notwendig, Ihre Kunden-Nutzen-Argumentation. Helfen Sie dem Auftraggeber seinen Entscheidungskonflikt positiv zu bewältigen.

Vermeiden Sie damit, dass Sie zwar exzellent beraten, aber andere den Auftrag bekommen.

2. Augen und Ohren auf und den Reifegrad des Kunden beachten!

Der geübte Verkäufer kann aus den Worten und der Körpersprache des Kunden untrügliche Signale heraushören, die seine Bereitschaft zur Auftragserteilung anzeigen. Bestimmte Erkennungszeichen signalisieren den gereiften Abschlusswunsch.

Beispiele

JA-sagendes Kopfnicken

Aufgeschlossene Mimik

Engagierte Körperhaltung

Gezielte Nachfragen nach Einzelheiten (Beginn der Arbeiten, terminlicher Ablauf, oder die Frage: "Kontrollieren Sie die Arbeiten selbst?")

Der Steini®

ist urheberrechtlich geschützt
und unterliegt dem Copyright von Klaus Steinseifer



Die Steinseifer-Seminare
Management im Handwerk.

Es sind wichtige Hinweise dafür, dass sich der Kunde bereits gedanklich mit der Ausführung des erteilten Auftrags beschäftigt. Lassen Sie sich diese Signale entgehen, entwischt Ihnen meist auch der Auftrag.

3. Kontrollfragen proben den Abschluss!

Sie prüfen, ob Ihr Kunde alle notwendigen Informationen für eine positive Entscheidung erhalten und verstanden hat.

Beispiele

Haben Sie noch Fragen zur Ausführung?

Die Farbgestaltung entspricht genau Ihren Vorstellungen, wenn ich Sie da richtig verstanden habe?

Eventuell verborgene Kundeneinwände werden auf diese Art und Weise herausgelockt und können anschließend isoliert werden.

Beispiel

Kunde: "Das Material, das Sie verwenden, deckt tatsächlich in einem Arbeitsgang die nikotinbehafteten Decken und Wände ab?"

Sie: "Ist das die einzige Frage, die wir noch klären müssen?"

Kunde: "Ja!"

Damit signalisiert der Kunde Ihnen, wenn dieser Punkt noch zufriedenstellend geklärt ist, erhalten Sie den Auftrag.

4. Die Verlegenheitspause vor dem Abschluss aktiv überwinden!

Zum Beispiel durch die Zusammenfassung der Kundenproblemlösungen und den Kundennutzenargumenten. Mitunter fühlt sich Ihre Kundin, Ihr Kunde durch die fachspezifische Argumentation überfordert. Das Fachchinesisch wurde nicht richtig verstanden. Durch eine wiederholende Zusammenfassung erhält der Kunde die nötige Entscheidungssicherheit. Besonders elegant und wirksam ist dabei der "JA-Rhythmus".

Sie wiederholen zusammenfassend diejenigen Fragen, die der Kunde im Verlauf des Gesprächs schon einmal bejaht hat.

Beispiel

Sie: "Für die Fassadensanierung sagt Ihnen das ausgewählte Riss-Stop-System doch zu?"

Kunde: "Ja, das scheint eine gute Lösung zu sein!"

Sie: "Und die Farbgestaltung entspricht genau Ihren Wünschen?"

Kunde "Ja, die Farbzusammenstellung gefällt mir sehr gut!."

Sie: "Dass eine zusätzliche Wärmedämmung erzielt wird, entspricht doch Ihren Anforderungen?"

Kunde: "Ja, so ist es!, genau das habe ich mir vorgestellt!"

Sie: "Die Terminplanungen und die Zahlungsmodalitäten entsprechen auch Ihren Vorstellungen?"

Kunde: " Ja, das ist alles o.k. so!"

Hat der Kunde schon drei- bis viermal ja gesagt, wird er auch Ihre Frage nach dem Abschluss mit einem klaren "JA" beantworten.

5. Stellen Sie jetzt die Abschlussfrage!

Etwa so:

"Dann ist ja alles in Ordnung. Wir werden pünktlich zum Termin mit den Arbeiten bei Ihnen beginnen!"

Oder:

"Darf ich dann alles Notwendige für Sie planen und vorbereiten, damit wir pünktlich mit den Arbeiten bei Ihnen beginnen können?"

Zaghafte, entscheidungsängstliche Verhandlungspartner werden mitunter verschreckt, bei einer totalen Abschlusskonfrontation. Sie fürchten sich vor der Entscheidung, sie wollen es sich noch einmal überlegen. Gezielt herbeigeführte Kundenteilentscheidungen in Bezug auf Wünsche, Anliegen, Preis und Konditionen führen in solchen Fällen zur abschließenden Zustimmung.

6. Nutzen Sie die Alternativ-Abschlussfrage!

Sie stellen Ihrem Kunden zwei sinnvolle Lösungen (entweder - oder) zur Wahl. Der Kunde kann in einem vorgegebenen Rahmen selbst entscheiden. Kunden mit ausgeprägtem Geltungsbedürfnis fühlen sich dabei geschmeichelt. Die Initiative bleibt bei Ihnen und der Auftraggeber gewinnt den Eindruck, frei und ohne Zwang, seine Entscheidung zu treffen.

Dieser Eindruck verstärkt sich noch durch diese Einleitungsformulierungen

"Bitte entscheiden Sie selbst, wollen wir in der 25. oder 26. Woche mit den Arbeiten beginnen?"

"Wünschen Sie die Farbgestaltung nach Vorschlag A oder B?"

Hierbei wird der Kunde nicht danach gefragt, ob er die Lösung haben will, sondern nur das

"WIE" der Lösung wird erfragt. Alle Abschlusstechniken verfolgen nur ein Ziel: die positive Kundenentscheidung für den Auftrag zu erreichen.

7. Machen Sie den Auftrag dringlich!

Veranlassen Sie Ihren Kunden "jetzt und heute" den Auftrag zu erteilen. Zeigen Sie auf, was er bei einer Zustimmung gewinnt, spart und was ihm bei einem "Nein" entgeht. Zeigen Sie dabei Kundenrisiken und mögliche ideelle und materielle Verluste auf. Wenn der Kunde vor dem Abschluss zögert, dann heißt das noch lange nicht, dass er Ihre Dienstleistung nicht braucht. Und darum wird der Verkaufserfolg gefährdet, wenn Sie sich zu schnell auf einen Aufschub einlassen.

Ein Mitbewerber, der beharrlicher und geschickter im Abschluss ist, kann den Nutzen ernten, den Sie gesät haben. Einziges Mittel gegen derartige Enttäuschungen ist Ihre Beharrlichkeit und Fähigkeit. Gute Beharrungstechniken sind mit den Regeln partnerschaftlicher Höflichkeit dem Kunden gegenüber durchaus vereinbar. Als Unternehmer führen Sie dem potentiellen Auftraggeber deutlich - klar aber höflich - vor Augen, welche Nachteile durch eine verzögerte oder verhinderte Auftragserteilung für ihn eintreten.

8. Fragen Sie nach dem Auftrag und schweigen Sie!

Nichts übt so einen Druck aus wie das Schweigen. Sie müssen in dieser Situation den Mund halten können. Hier ist Reden Silber, Schweigen aber Gold. Wenn Sie nicht reden, dann muss es der Kunde tun. Vorausgesetzt, Sie haben eine optimale Kundenproblemlösung mit gezielten Kunden-Nutzen-Argumenten begründet, dann kann am Ende nur das "JA" des Kunden stehen.

9. Gestalten Sie den Schluss des persönlichen Gespräches positiv!

Auftragsverhandlungen enden in drei möglichen Situationen:

1. Der Kunde sagt "JA"!

Sie ehren den Auftraggeber als "Sieger" und geben ihm die Sicherheit, die richtige Entscheidung getroffen zu haben: "Frau Müller, Sie haben eine gute Entscheidung getroffen!"

2. Der Kunde will es sich überlegen

In diesem Fall muss die Initiative bei Ihnen bleiben. Vereinbaren Sie sofort nachfassende Termine oder konstruieren Sie Gelegenheiten für spätere Kontakte: "Frau Müller, wann werden Sie Ihre Überlegungen abgeschlossen haben, in 3 oder 4 Tagen oder übers Wochenende? Ich rufe Sie am Montag an!"

3. Der Kunde sagt "Nein"!

Aus Misserfolgen Erfolge machen!

Danken Sie Ihrem Kunden für die Präsentationsmöglichkeit.

Schreiben Sie einen netten Brief und öffnen Sie bereits jetzt die Türe für die nächste Anfrage!

Es kann sein, dass man mit dem Mitbewerber unzufrieden ist und sich scheut, beim nächsten Mal wieder bei Ihnen anzufragen. Man traut sich nicht so recht, Ihnen gegenüber zu treten und Sie wieder um ein Angebot zu bitten, obwohl man sich ärgert, Ihnen nicht damals schon den Auftrag gegeben zu haben.

Hier sollten Sie jetzt schon vorbeugen!

Schade! 

**Herr
Fritz Tester
Teststraße 123
99999 Testhausen**

Musterhausen, (Datum)

**Mein Angebot über Sanierungsarbeiten
Eigentumswohnanlage Teststraße 123
99999 Testhausen**

Sehr geehrter Herr Tester, guten Tag,
vielen Dank, dass Sie mich über Ihre Entscheidung informiert haben.
Schade, dass es diesmal mit unserer Zusammenarbeit nicht geklappt hat.
Ihnen hätte ich gerne unsere Leistungsfähigkeit bewiesen.
Bitte berücksichtigen Sie mich beim nächsten Mal wieder. Ich möchte nicht aufgeben Sie zu begeistern, auch nach dieser, sicherlich einmaligen Ausnahme einer Absage von Ihnen.
Dankeschön für Ihre Offenheit und die Erklärung, warum ich den Auftrag nicht bekommen habe. Bis zum nächsten Mal bei Ihnen und
mit herzlichen Grüßen
von den freundlichen Handwerkern vom Handwerker-Team.
Ihr Franz Mustermann

Eine gescheiterte Verhandlung darf nur als eine Teilverhandlung mit einem negativen Ausgang betrachtet werden und muss einen persönlichen Lernprozess einleiten.

Zusammenfassung

Wer ein systematisches Verkaufsgespräch führen kann, der beherrscht zunächst nur den Ablauf. Der erfolgreiche Abschluss erfordert eigene Techniken. Beachten Sie daher in Zukunft bei Ihren Abschlussgesprächen alle neun Gebote.

Alle Abschlusstechniken sollen Ihnen helfen, den Kunden auch über die letzte, entscheidende Hürde zu bringen - zum "JA-Sagen"!

Autor und Herausgeber



Klaus Steinseifer

Ausführliche Informationen über unsere Qualifizierungsarbeit in der modernen, zukunftsorientierten und nachhaltig erfolgreichen Unternehmensentwicklung und Unternehmensführung finden Sie unter www.steinseifer.com.

So erreichen Sie mich:

Telefon +49 (0)174 2493577

Mail klaus.steinseifer@steinseifer.com

Impressum

www.steinseifer.com/impressum

Der Steini®

ist urheberrechtlich geschützt
und unterliegt dem Copyright von Klaus Steinseifer



Die Steinseifer-Seminare
Management im Handwerk.

Seite 7 von 7