

Nichts ist spannender als Verkaufen

So steigern Sie Ihren Verkaufserfolg! Geballtes Wissen aus 30 Jahren Erfahrung

von
Dr. Harald Messner

1. Auflage 2012

Linde Verlag Wien 2012

Verlag C.H. Beck im Internet:
www.beck.de
ISBN 978 3 7093 0374 0

Zu [Inhaltsverzeichnis](#)

schnell und portofrei erhältlich bei beck-shop.de DIE FACHBUCHHANDLUNG

Nichts ist spannender als Verkaufen!

Ein Kunde möchte ein Haus bauen und sich damit einen Lebensraum erfüllen. Er besucht eine nahe gelegene Baufirma und bekundet bei einem Verkäufer sein Interesse. Der Verkäufer führt den Kunden in sein Musterhaus und informiert ihn über alle Möglichkeiten. Dem Kunden gefällt allerdings nichts. Er macht alles schlecht und kritisiert nur. Auch die Baubeschreibung macht er total herunter. Der Verkäufer versucht zwar zu argumentieren, aber der Kunde hat immer wieder neue Einwände. Nach über zwei Stunden verabschiedet sich der negativ gestimmte Kunde.

Der Verkäufer ist froh, dass er geht. Er meint, dass er diesen Menschen nie mehr wiedersehen wird. Am nächsten Tag jedoch kommt der Kunde samt Familie und kauft ein Haus.

Nichts ist spannender als Verkaufen!

Für die Neueinrichtung eines Hauses bietet ein Unternehmen einem Kunden eine Heizung um 23.800 Euro an. Der Kunde lässt sich von einer anderen Firma ein Vergleichsangebot machen. Wie es der Zufall will, kennen die beiden Firmenchefs einander sehr gut. Sie sprechen über diesen Kunden. Der Unternehmer, welcher das Verkaufsangebot machen soll, will seinem Kollegen den Auftrag nicht abwerben und bietet eine vollkommen idente Anlage um 28.100 Euro an. Er geht davon aus, dass der Kunde dann bei dem Kollegen mit dem niedrigeren Preis kaufen wird.

Falsch gedacht! Er kann es nicht verhindern, dass der Kunde bei ihm die Anlage um 28.100 Euro kauft.

Nichts ist spannender als Verkaufen!

In der Einkaufsabteilung eines großen Fahrzeugherstellers findet ein Projektgespräch statt. Thema ist eine Batteriehalterung für ein neues Automodell. Der Verkaufsingenieur des Lieferanten verhandelt mit dem zuständigen Einkaufsleiter und dem verantwortlichen Techniker. Der Einkaufsleiter fordert einen niedrigeren als den angebotenen Preis, was nur bei einer Verminderung der Qualität auf Kosten der Stabilität der Batteriehalterung möglich wäre. Der Techniker wünscht sich jedoch, unbedingt den von ihm angefragten höheren Qualitätsstandard beizubehalten. Die beiden beginnen eine Diskussion vor den Augen des Verkäufers.

Nichts ist spannender als Verkaufen!

Ein Kunde sieht im Freiverkauf eines Versteigerungshauses eine antiquarische *National*-Registrierkasse, die sich in hervorragendem Zustand befindet und auch noch voll funktionsfähig ist. Er ist von diesem seltenen Stück fasziniert, will es kaufen und fragt nach dem Preis.

Die Abteilungsleiterin nennt den Preis, welchen der Kunde für durchaus akzeptabel hält. Dennoch fragt er aus Routine, ob nicht doch noch etwas beim Preis zu machen wäre. Die Abteilungsleiterin erkundigt sich nach den Vorstellungen des Kunden, worauf dieser meint, er wäre mit zehn Prozent Preisnachlass zufrieden. Die Abteilungsleiterin erbittet sich kurz Zeit für eine Rücksprache mit dem Chef und verlässt den Raum.

Nach zehn Minuten kehrt sie zurück und eröffnet dem Kunden, dass er den von ihm gewünschten Preisnachlass haben könne. Der Kunde bedankt sich, erbittet sich nun plötzlich seinerseits Bedenkzeit und – kauft nicht. Die ursprüngliche Kaufbegierde ist erloschen.

Nichts ist spannender als Verkaufen!

Sie stehen im Wettbewerb mit drei anderen Anbietern und denken, dass Sie keine Chance haben. Dennoch erhalten Sie den Auftrag.

Sie erfahren im Nachhinein, dass Sie der Einzige waren, der dem Kunden sein schriftliches Angebot persönlich überbracht und erklärt und somit einen sympathischen Eindruck hinterlassen hat.

Nichts ist spannender als Verkaufen!

Sie sind sich eines Auftrages vollkommen sicher, denn Sie kennen den Kunden, haben ihn schon oft beliefert – und Ihr Kunde war zufrieden. Zu Ihrer Überraschung erhalten Sie den Auftrag nicht.

Sie erfahren später von einem Mitarbeiter des Kunden, dass sich Ihr Konkurrent viel intensiver um den Kunden bemüht hat und trotz eines höheren Preises den Auftrag erhielt.

Nichts ist spannender als Verkaufen!

Eine Kundin in einem Reisebüro, der die Verkäuferin ein Zimmer mit herrlichem Meerblick, vermitteln möchte, lehnt entsetzt ab. „Wenn ich nur so ein Zimmer bekomme, dann fahre ich nicht dorthin. Ich möchte ein Zimmer, wo man überhaupt nichts vom Meer sieht. Rundherum Häuser zu sehen ist mir viel lieber!“

Die Dame fährt zwar ans Meer, hat jedoch große Angst vor dem Meer. Das Meer und dessen Geräusche haben für sie etwas Bedrohliches.

Nichts ist spannender als Verkaufen!

Ein Verkäufer von Großcomputeranlagen hat einen Termin bei einem wichtigen Kunden, dem er eine neue Anlage verkaufen möchte. Er kommt in das Büro des Kunden. Dieser sitzt hinter seinem Schreibtisch, grüßt kurz, bietet jedoch dem Verkäufer keinen Platz an. Er hört sich die Vorschläge des Verkäufers an, macht jedoch selbst nach einer halben Stunde noch keinerlei Anstalten, dem Verkäufer einen Sitzplatz anzubieten.

Der geschulte Verkäufer bleibt stehen, obwohl es ihm schwerfällt, da es genügend Sitzgelegenheiten gibt. Nach über einer dreiviertel Stunde sagt der Kunde: „Jetzt ist es interessant, bitte nehmen Sie Platz!“ Der Kunde hat noch am selben Tag gekauft.

Nichts ist spannender als Verkaufen!

Jeder von uns, der mit Freude und Engagement eine Tätigkeit als Verkäufer ausübt, kann täglich aufs Neue wieder die Feststellung machen: Nichts ist spannender als Verkaufen!

Jeder verkauft ständig

Im Grunde verkauft jeder von uns ununterbrochen irgendetwas. Auch wenn wir dies im Augenblick nicht wahrhaben wollen oder es als Verkaufen empfinden:

-
- Eine Werbeagentur präsentiert einem Kunden eine neue Werbekonzeption: Sie verkauft!
 - Ein Mitarbeiter unterbreitet einem Kollegen eine neue Idee: Er verkauft!
 - Ein Techniker hat eine neue Lösung entwickelt und möchte andere dafür gewinnen: Er verkauft!
 - Ein Manager möchte einem Mitarbeiter einen geänderten Aufgabenbereich übertragen: Er verkauft!
 - Ein Pfarrer möchte mehr Gläubige in seine Kirche bringen: Er verkauft!
 - Ein Lehrer versucht seine Schüler für ein bestimmtes Thema zu interessieren: Er verkauft!
 - Eine Mutter will ihr Kind dazu bringen, sich gesünder zu ernähren: Sie verkauft!
 - Ein Mann möchte mit seiner Frau ins Kino gehen, obwohl sie zu Hause bleiben möchte: Er verkauft!

- Ein Bettler sitzt an einer Straßenecke und bittet um Geld: Er verkauft!
 - Ein Mann hat einen Verbesserungsvorschlag und möchte dafür eine Prämie: Er verkauft!
 - Ein Golfspieler möchte seinen Freund für den Golfsport begeistern: Er verkauft!
 - Ein Entwicklungshelfer versucht die Zuseher im Fernsehen zu größerer Spendenfreudigkeit zu bewegen: Er verkauft!
-

Ein Verkaufsleiter erklärt dem Außendienst die Verkaufsstrategie und die Verkaufsziele für das nächste Jahr: Er verkauft!

Immer, wenn Menschen andere Menschen für eine bestimmte Sache gewinnen oder andere davon überzeugen wollen, etwas ganz Bestimmtes zu tun, wird verkauft – gut oder schlecht, erfolgreich oder weniger erfolgreich.

Es gibt Pfarrer, die wochentags durch ihre Gemeinde gehen und ihre Gläubigen persönlich dazu bewegen, am Sonntag zur Messe zu kommen. Sie haben am Sonntag eine volle Kirche, denn Sie haben erfolgreich *verkauft*. Andererseits gibt es viele Kirchen, die sonntags nur schwach besucht sind und in welchen sich die wenigen Anwesenden sogar noch eine Gardinenpredigt anhören müssen, weil nur so wenige zum Gottesdienst gekommen sind. Sie verkaufen schlecht.

Es gibt Produkte, die mit Erfolg neu eingeführt und verkauft werden, weil die Geschäftsleitung es versteht, die Verkäufer dafür zu begeistern. Sie hat gut verkauft. Andererseits gibt es Spitzenprodukte, die nie erfolgreich wurden, weil die Verkäufer (Sie lesen richtig) sie nie wirklich *gekauft* haben, sprich von ihren Vorzügen nie begeistert wurden.

Bei vielen Firmenfusionen arbeiten die ehemaligen Mitarbeiter der zusammengeschlossenen Firmen auch nach vielen Jahren noch gegeneinander, weil ihnen der Sinn und die Vorteile der Firmenzusammenlegung nie verkauft wurden.

Alles ist Verkauf. Daher sind auch im täglichen Leben jene Menschen erfolgreicher, die es verstehen, sich selbst und ihre Ziele besser zu verkaufen.

Was bedeutet Verkaufen

Wenn man als Verkäufer neu in den Außendienst kommt, wird man häufig mit falschen Informationen zum Thema Verkaufen konfrontiert. Verkaufen als Tätigkeit, Aufgabe und Herausforderung wird oft mit martialischen Ausdrücken und Worten beschrieben. Man erhält ein Vorstellungsbild, welches an Kampf und Krieg erinnert:

-
- Jetzt geht es hinaus an die Front!
 - Sie sind jetzt unser Mann an der Verkaufsfront!
 - Man muss um jeden Auftrag kämpfen!
 - Gute Verkäufer sind Verkaufskanonen!
 - Im Verkauf kämpft man Mann gegen Mann!
 - Man fährt im Gespräch schwere Geschütze auf!
 - Für eine gute Argumentation braucht man Munition!
 - Ein Werbefeldzug wird geplant!
 - Bei Wortgefechten mit Kunden sendet der Kunde Störfeuer!
 - Man muss von Gesprächsbeginn an die Fronten abstecken!
 - Ein rascher Abschluss ist ein gelungener Schnellschuss!
 - Wir befinden uns in einer Preisschlacht!
 - Die Diskussion war ein Schlagabtausch mit dem Kunden!
-

Diese und ähnliche Gedanken und Formulierungen sind nicht nur unglücklich gewählt. Sie sind totaler Unsinn.

Verkaufen ist kein Krieg oder Kampf, sondern eine Interaktion zwischen zwei Menschen, die einander verstehen und auf Augenhöhe positiv miteinander kommunizieren. Ziel dabei ist, dass Kunde und Verkäufer größtmöglichen Nutzen erzielen.

Der Kunde ist kein Feind, der besiegt werden muss, sondern eine Person, die es zu respektieren und zu schätzen gilt. Geschäfte macht man mit Freunden, nicht mit Feinden. Ein besiegter (toter) Kunde kann nicht mehr kaufen. Erfolgreiche Verkäufer bauen daher gute, langfristige und positive Beziehungen zu ihren Kunden auf. Nicht selten entstehen dabei gute Freundschaften.