



Geschafft! Aber der Abschluss des Verkaufsgesprächs hat noch einmal viel Feingefühl erfordert

Damit der Kunde den Auftrag erteilt

Viele Handwerker zerreden den Abschluss des Verkaufsgesprächs, weil sie die Signale ihres Kunden nicht erkennen. Viel Feingefühl ist hier gefragt!

Versetzen Sie sich einmal in diesen Moment des Verkaufsgesprächs hinein: Durch Ihre Hinführung hat der Kunde den Wert seines neuen Möbelstückes für sich erkannt. Er erzählt z. B., dass er sich bereits mit Personen seines Vertrauens positiv darüber unterhalten hat. Ihre zusammenfassenden Fragen zur Rückversicherung (»Nussbaum gefällt Ihnen also besser als Kirschbaum?« oder »Die Fertigstellung im Oktober liegt Ihnen besonders am Herzen?«) beantwortet er alle mit Ja. Zudem untermauert er eigenständig sein gutes Gefühl (»Ja, der Entwurf ist genau das, was ich mir vorgestellt habe!«) und erkundigt sich sogar bereits nach Zahlungsbedingungen, Garantien, Service etc.

Sie wissen jetzt also, dass dem Kunden Ihr Angebot gut gefällt und dass Sie seine Wünsche und Vorstellungen auf den Punkt bringen konnten. Sie haben das Gefühl, dass er »im Kopf« bereits gekauft hat.

Nun liegt es an Ihnen, den Kunden »über die Schwelle zu tragen« und seine alles entscheidende Zustimmung zu bekommen. Fragen Sie ihn deshalb jetzt, in diesem Augenblick, direkt nach dem Auftrag. Schauen Sie ihn dabei offen und freundlich an und nicken Sie mit dem Kopf. Nutzen Sie die Kraft des Schweigens, und warten Sie auf jeden Fall die Antwort ab. Denken Sie daran: Schweigen ist eine Macht der Selbstbeherrschung, Schweigen ermöglicht es Ihnen, Herr der Lage zu bleiben. Der Ungeübte gibt dagegen in der Regel nach.

Kommen Sie jetzt auf keinen Fall mit neuen Argumenten, sonst dreht sich das Gespräch, und der Verkaufsprozess beginnt von vorn. Wenn nötig, geben Sie dem Kunden durch offen ausgesprochene Ratschläge, die ihn indirekt zur Tat auffordern (»Das ist das Beste, was Sie tun können!«), noch einen Impuls.

Zeigen Sie Hochachtung und Bewunderung; die hat sich Ihr Kunde ganz klar verdient, denn er trifft eine schwierige

Entscheidung und lässt sich auf eine Zusammenarbeit mit Ihnen ein. (Leichter wäre für ihn wahrscheinlich der Kauf im Möbelhaus gewesen.) Leiden Sie mit und zeigen dies auch ganz deutlich: »Sie haben wirklich alles aus mir rausgeholt!« Ihr Engagement und Ihr »Leid« sind Balsam für den Kunden. Schreiben Sie jetzt gemeinsam mit ihm den Auftrag bzw. die Auftragsbestätigung aus, mit der Begründung »Damit Sie etwas in der Hand haben!« Ihr Feingefühl gibt Ihnen hier die nötige Orientierung.

Der Abschluss ist für den Verkäufer meist die schönste Phase im gesamten Prozess des Verkaufens – nicht aber für den Kunden. Wie gesagt, leidet er in der

Punkten nach dem Abschluss

- Gratulieren Sie dem Kunden (»Herzlichen Glückwunsch zu Ihrem neuen Besitz«)
- Bestätigen Sie ihn in seiner Wahl (»Sie wissen, was Sie wollen!«)
- Danken Sie ihm – aber niemals überschwänglich (»Ihr Vertrauen ist gerechtfertigt, danke!«)
- Reden Sie von Erfreulichem (»Da wird sich Ihre Familie aber wohl fühlen«)
- Bieten Sie jetzt ein überraschendes Bonbon (Gratis-Zugabe, Service-Leistung etc.)
- Setzen Sie den Kunden in Bewegung, indem Sie sachlich zur Tagesordnung übergehen (Werkstattbesuch, Lieferdatum, Bedingungen etc.)
- Für Geübte: Erweisen Sie sich des Vertrauens würdig und verlängern Sie das Hochgefühl des Kunden. (Der Kunde fühlt sich schnell vernachlässigt und Ernüchterung macht sich breit.)

Regel aufgrund der Investitionssumme etc. Dafür möchte er eine gebührende Würdigung seines Vertrauens – und kein nachlassendes Engagement. Er erwartet, dass man ihm gratuliert, dankt und ihn bestätigt. Wenn Sie ihm auch noch eine Gratis-Zugabe schenken, wächst sein Vertrauen in seine Entscheidung.

Die Abschluss-Spannung sollte jetzt einer gelösten Atmosphäre weichen. Gehen Sie deshalb zur Tagesordnung über und besprechen Sie konkret alle weiteren Abwicklungspunkte. Halten Sie anschließend genau fest, was dem Kunden wichtig war, und geben Sie diese wertvollen Informationen an alle Beteiligten in Ihrem Unternehmen weiter.

Burga Warrings, Uwe Engelhardt

*Im nächsten dds (November 2006):
»Empfehlen Sie mich bitte weiter!«*

Die Autoren

Burga Warrings und Uwe Engelhardt führen die Vertriebs- und Marketingagentur Provice, 86899 Landsberg, Tel.: (08191) 9852-16, Fax: 9852-79, www.provice.net

dds-Abonnenten erhalten eine kostenlose Checkliste »Den Kunden über die Verkaufsschwelle ziehen«. Einfach anfordern bei service@provice.net, Stichwort: Checkliste dds