

Verkaufsgespräch

Kunden zuhören statt zutexten

Verkäufer müssen gut reden können, sagt das Klischee. Gute Zuhörer verkaufen besser und mehr, sagt ein Verkaufs-Experte.

VON PHILIPP HACKER

Viele Selbstständige betrachten Verkaufen als notwendiges Übel. Sie empfinden es als unangenehm, ihre Leistungen anzupreisen", schreibt Buchautor Joachim Skambraks im neuen Verkaufs-Ratgeber „Verkaufen heißt zuhören“. Wie man die Scheu vor dem Anpreisen ablegt und durch Zuhören verkauft, erklärt er im KURIER-Interview.

KURIER: Das gängige Verkäufer-Klischee stellt eher das Re-

den-Können als Schlüsselqualifikation dar. Müssen die Verkäufer umdenken?

Joachim Skambraks: Es gibt viele Verkäufer, die von Haus aus eher introvertiert sind und ohnehin nicht die große Show abziehen können. Für alle ist wichtig, das Vertrauen des Kunden zu gewinnen. Zuzuhören ist eine Schlüsselkompetenz, um herauszufinden, was der Kunde braucht. Nur wenn ich das weiß, kann ich auch ein gutes Angebot machen.

Demnach kann man sich das Anpreisen des Produkts sparen.

Das Aufschwätzen und übertriebene Anpreisen hat dazu beigetragen, dass Verkäufer nicht so beliebt sind. Es ist eine Grundvoraus-

setzung, dass ich mich gut vorbereite und mein Produkt gut kenne. Der Kunde will aber beraten und nicht zutextet werden. Wenn man das Vertrauen des Kunden gewonnen hat, bringt das in vielen Fällen auch Nachfolge-Aufträge. Wird man zutextet, schwingt unerschwinglich immer mit: Wo ist der Haken?

Worauf muss man beim Zuhören besonders achten?

Zuhören heißt nicht nur schweigen. Man muss aktiv zuhören: Augenkontakt halten, körper-sprachliche Signale senden, dass man zuhört. Ganz wichtig ist: So lange zuhören, bis der Kunde fertig ist mit dem Reden. Oft wird im letzten Halbsatz noch eine wichtige

Information platziert, die man verliert, wenn man den anderen unterbricht.

Und wenn der Kunde fertig geredet hat ...

... muss man die richtige nächste Frage stellen. Es reicht nicht, beim Kunden den vorgefertigten Fragen-Katalog aus-zupacken. Zuhören heißt immer auch Informationen sammeln.

Gibt es Grundregeln, wie Fragen aussehen sollen?

Ein Anfängerfehler ist es, geschlossene Fragen zu stellen, also solche, auf die man nur mit Ja oder Nein antworten kann. Oft passiert es auch, dass man dem Kunden Multiple-Choice-Antwortmöglichkeiten gibt. Man sollte fragen: Wer? Was? Wie? Wozu? Man muss das Hirn des Kunden zum Nachdenken anregen. Ganz schlecht ist es, schon im Vorhinein zu glauben, man weiß, was der Kunde will.



Buchautor
Joachim Skambraks

Buchtipps: Wie man sich Aufträge erfragen kann

Zur Person Joachim Skambraks studierte BWL und arbeitete als Marketing- und Vertriebsleiter, bevor er sich als Verkaufstrainer selbstständig machte. Er ist Trainer, Vortragender und Autor zahlreicher Bücher. Als passionierter Golfer entwickelte er Coaching-Konzepte, die Verkaufstraining mit Golf verbinden. Er lebt in München, hält aber auch Seminare in Wien.



Zum Buch Was macht man, wenn man nicht der geborene Vertretertyp ist und trotzdem sein Angebot anpreisen muss? Skambraks zeigt, wie Verkäufer Kunden gewinnen, Einwänden begegnen und durch taktisch kluges Vorgehen ihre Verkaufsergebnisse steigern können. „Verkaufen heißt zuhören / So fragen Sie sich zum Auftrag“, Lindt Verlag, 68 Seiten, € 14,90.

INTERNET
www.intutraining.de

Verkauf: Wahre Meister hören zu

