

Ken Langdon

# Verkaufen

Wie Sie Kunden  
gezielt ansprechen  
und gute  
Verkaufsabschlüsse  
erzielen

**work|life**



**GABAL**



# Verkaufen



KEN LANGDON

# Verkaufen

---

Wie Sie Kunden  
gezielt ansprechen  
und gute Verkaufs-  
abschlüsse erzielen

Übersetzt von  
Nikolas Bertheau

**GABAL**





A Dorling Kindersley Book  
www.dk.com

#### **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Informationen sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Titel der englischen Originalausgabe:  
Understand Selling. Target customers, close deals, win new sales

© Copyright Dorling Kindersley Limited, 2006  
© Text Copyright Ken Langdon, 2006  
© Copyright 2010 der deutschen Ausgabe  
by GABAL Verlag GmbH, Offenbach

Alle Rechte vorbehalten. Vervielfältigung,  
auch auszugsweise, nur mit schriftlicher  
Genehmigung des Verlags.

**ISBN 978-3-86200-157-6**

Lektorat: Anke Schild, Hamburg  
Satz: Das Herstellungsbüro, Hamburg,  
[www.buch-herstellungsbuero.de](http://www.buch-herstellungsbuero.de)  
Umschlaggestaltung: Martin Zech,  
[www.martinzech.de](http://www.martinzech.de)  
Umschlagfotografie: kconners/morguefile

[www.gabal-verlag.de](http://www.gabal-verlag.de)

# Inhalt

## 1 Vorbereitung

---

- 14 Die Verkaufsbeziehung
- 16 Der erste Eindruck
- 18 Überzeugend kommunizieren
- 22 Der Nutzen für den Kunden

## 2 Kunden finden

---

- 26 Marktkenntnis
- 30 Organisation
- 32 Umsatzplanung
- 34 Potenzielle Kunden
- 42 Die Konversionsrate

## 4 Kundenzufriedenheit

---

- 84 König Kunde
- 86 Zufriedene Kunden
- 90 Kunden im Einzelhandel
- 94 Erstklassiger Service

## 3 Verkaufen

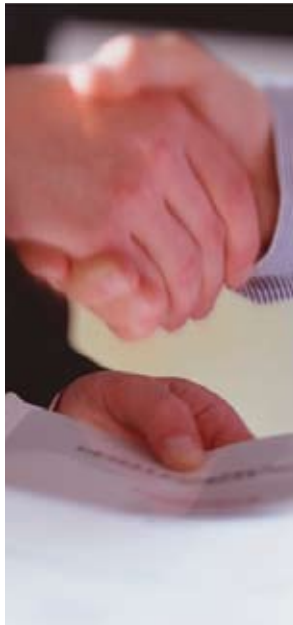
---

- 46 Der Verkaufsprozess
- 48 Das erste Verkaufsgespräch
- 50 Eröffnung
- 56 Kundenbewertung
- 60 Abschluss des Eröffnungsgesprächs
- 64 Verkaufsstrategie
- 68 Angebot
- 70 Präsentation
- 74 Verhandlung
- 78 Geschäftsabschluss
- 80 Zeit ist Geld

## 5 Key-Accounts

---

- 98 Topkunden
- 100 Teambildung
- 102 Key-Account-Management
- 104 Erfolgsfaktoren
- 108 Key-Account-Plan
- 116 Kommunikation
- 118 Register
- 120 Bildnachweis



# Einführung

**Keine Branche kann ohne gute Verkäufer bestehen. Nicht nur der Verkäufer an der Kundenfront, sondern jeder, dessen Tätigkeit auch nur im Entferntesten mit dem wichtigsten Gut eines Unternehmens – seinen Kunden – zu tun hat, sollte deshalb über einschlägige Kenntnisse in der Kunst des professionellen Verkaufens verfügen.**

Professionelle Verkäufer wissen, wie wichtig es ist, einen hervorragenden ersten Eindruck zu machen. Ihnen ist klar, dass konkrete Eigenschaften ihres Produkts nur dann eine Rolle spielen, wenn der Kunde den Nutzen für sich selbst erkennen kann. Und sie sind mit den einzelnen Phasen des Verkaufsprozesses vom ersten Gespräch bis zum Abschluss vertraut. Ob Sie Laufkunden Bekleidungsartikel, professionellen Einkäufern in einem multinationalen Unternehmen ganze Produktpaletten, ei-



ner Vorstandsetage eine Geschäftsidee oder einem Finanzmanager einen Plan verkaufen wollen – Sie benötigen eine gehörige Portion Verkaufsgeschick, um rasch zu einem profitablen Ergebnis zu kommen.

Dieses Büchlein hilft Ihnen, Ihr gegenwärtiges Verkaufsgeschick einzuschätzen, um Sie anschließend mit allen Aspekten des Verkaufens von der Eröffnung der Verkaufsverhandlung über die Sicherstellung der Kundenzufriedenheit bis zur Leitung eines Verkaufsteams vertraut zu machen. Sie lernen, wie Sie zu einem potenziellen Kunden einen ersten Kontakt herstellen, wie Sie Ihre Verkaufskampagne planen und wie Sie einen Erstverkauf realisieren und Ihre Versprechen einlösen. Sie erfahren, wie Sie Ihre Key-Accounts – Ihre wichtigsten Kunden, die häufig bis zu 80 Prozent des Unternehmensgeschäfts ausmachen – angemessen behandeln und wie Sie sicherstellen, dass diese Kunden Ihnen als verlässliche Umsatzquelle erhalten bleiben. Anhand eigens angefertigter Fotografien lernen Sie, wie Sie die Körpersprache Ihrer Kunden richtig deuten und für jede Situation die adäquate Technik auswählen. Daneben finden Sie hier aufschlussreiche Fallstudien, Techniken, die Sie im Alltag erproben können, professionelle Tipps und Exkurse über wichtige Aspekte des Verkaufsprozesses – also alles, was Sie als künftiger Topverkäufer benötigen.

**Verkaufstalent ist die Grundlage jedes wirtschaftlichen Erfolgs.**



## Bestandsaufnahme

Dieser Selbsttest soll Ihnen dabei helfen, sich die eigenen verkäuferischen Fähigkeiten bewusst zu machen und Verbesserungsmöglichkeiten auszuloten. Füllen Sie den Fragebogen ein erstes Mal vor der Lektüre des Büchleins aus, indem Sie die Buchstaben der Antworten, die der Wahrheit am nächsten kommen, in das entsprechende Feld eintragen. Absolvieren Sie den Test ein zweites Mal, wenn Sie die beschriebenen Techniken ausprobiert haben.

### 1 Wie häufig verwenden Sie offene Fragen?

- A Ich weiß nicht so genau, was damit gemeint ist.
- B Wann immer ich mit einem potenziellen Kunden spreche.
- C Regelmäßig in allen Phasen des Verkaufszyklus.

Vorher Nachher

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

### 2 Wie beschreiben Sie Ihre Produkte?

- A Sehr detailliert und unter besonderer Betonung der Merkmale, die wir der Konkurrenz voraushaben.
- B Ich konzentriere mich auf die Merkmale, die der Kunde offenbar interessant findet.
- C Jede einzelne Angabe unterstreicht den Kundennutzen.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

### 3 Wie ausführlich informieren Sie sich über die Bedürfnisse Ihrer potenziellen Kunden?

- A Ich gehe davon aus, dass niemand an unseren Produkten vorbeikommt.
- B Ich erkundige mich im Rahmen meiner Verkaufsbemühungen frühzeitig nach den Kundenbedürfnissen.
- C Ich höre genau hin und prüfe regelmäßig, ob sich die Kundenbedürfnisse verändert haben.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

### 4 Wie gut sind Ihre Umsatzprognosen?

- A In unserer Branche sind Voraussagen unmöglich.
- B In manchen Monaten stimmen sie haargenau, während sie in anderen Monaten weit an der Realität vorbeigehen.
- C Ich verfehle mein Ziel um nicht mehr als 10 Prozent.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

### 5 Wie oft nehmen Sie sich Zeit für die Suche nach neuen potenziellen Kunden?

- A Immer dann, wenn ich meine, dass ich aktuell zu wenig Kunden habe.
- B In unregelmäßigen Abständen.
- C Mehrmals in der Woche.

Vorher Nachher

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

### 6 Wie viel Redezeit beanspruchen Sie in einem Erstgespräch mit einem potenziellen Kunden für sich selbst?

- A Mehr als die Hälfte.
- B Ungefähr die Hälfte.
- C Ich strebe eine Balance von 20 Prozent für mich und 80 Prozent für den potenziellen Kunden an.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

### 7 Wie grenzen Sie Ihre Produkte von denen der Konkurrenz ab?

- A Das ist in unserer Branche unmöglich; die Produkte sind so gut wie identisch.
- B Ich kenne die Alleinstellungsmerkmale unserer Produkte.
- C Unser Unternehmen und unsere Marktposition weisen bestimmte Alleinstellungsmerkmale auf.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

### 8 Wie genau kennen Sie die Entscheidungskriterien Ihrer potenziellen Kunden?

- A Ich weiß nicht, was damit gemeint ist.
- B Ich erkundige mich im ersten Verkaufsgespräch nach den Kriterien.
- C Ich richte meine Verkaufsstrategie vollkommen darauf aus.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

### 9 Führen Sie über Ihre Kontakte Buch?

- A Irgendwo sind die Daten gespeichert.
- B Ich halte Details fest, bis eine Verkaufsvereinbarung zustande kommt.
- C Ich führe ein Adressbuch, das ich ständig aktualisiere.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

### 10 Wie beenden Sie das erste Gespräch?

- A Ich danke dem potenziellen Kunden für seine Zeit und verspreche, mich zu melden.
- B Ich erläutere, wie das weitere Prozedere aussieht.
- C Ich vereinbare einen Handlungsplan, der stets auch eine Aufgabe für den potenziellen Kunden vorsieht.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

- 11 Machen Sie Abstriche beim Preis oder andere Zugeständnisse?**
- A** Ich nenne gleich zu Beginn mein bestes Angebot.  
**B** Ich beginne mit den Listenpreisen und offiziellen Konditionen und mache später Zugeständnisse.  
**C** Ich mache Zugeständnisse nur, wenn es unbedingt nötig ist, und demonstriere dabei großes Unbehagen.

Vorher Nachher

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

- 12 Wie viel Zeit verschwenden Sie auf potenzielle Kunden, die am Ende doch nichts kaufen?**
- A** Das passiert ständig; es gehört zum Geschäft dazu.  
**B** Sobald ich den Eindruck gewinne, dass der Interessent am Ende nichts kaufen wird, höre ich auf.  
**C** Ich bewerte meine potenziellen Kunden regelmäßig und erläutere ihnen gegebenenfalls, wie ich zu einer negativen Prognose gekommen bin.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

- 13 Wie messen Sie Kundenzufriedenheit?**
- A** Ich ziehe meine Schlussfolgerungen, sobald sich die Klagen häufen.  
**B** Ich lege jeweils zum Quartalsende ausgewählten Kunden einen Fragebogen vor.  
**C** Wir vereinbaren Kundenzufriedenheitsziele und nutzen regelmäßig Kundenbefragungen.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

- 14 Wie vertraut sind Sie mit den Strategien, Stärken und Schwächen Ihrer Key-Accounts?**
- A** Das ist für das Verkaufsgeschäft nicht von Belang.  
**B** Ich frage meine wichtigsten Kunden regelmäßig, wie das Geschäft läuft.  
**C** Es existiert ein Kundenentwicklungsplan, den ich auf der Grundlage dieser Informationen ständig aktualisiere.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

## Gesamt

	A	B	C
Vorher	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nachher	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Auswertung

### Überwiegend A-Antworten

Ihre Antworten deuten darauf hin, dass Ihnen das Verkaufsgeschäft noch recht neu ist. Bei allem Enthusiasmus sollten Sie nicht vergessen, sich mit den Grundtechniken des professionellen Verkaufens vertraut zu machen. Machen Sie sich klar, wie Sie Ihren Bestandskunden und Interessenten begegnen wollen, und lernen Sie, intensiver hinzuhören. Beschäftigen Sie sich anschließend mit dem Verkaufsprozess, und lernen Sie seine einzelnen Phasen kennen, damit Sie stets wissen, an welchem Punkt Sie sich gerade befinden. Machen Sie sich verstärkt über Ihre Kunden und deren Bedürfnisse und Wünsche Gedanken.

### Überwiegend B-Antworten

Sie sind mit dem professionellen Verkaufsvorgang vertraut und wissen Ihre existierenden und potenziellen Kunden zu nehmen. Sie können sich grundsätzlich in die Lage Ihrer Kunden hineinversetzen, sollten diese Fähigkeit aber noch weiter ausbauen. Beginnen Sie mit einem Kunden und einer Verkaufskampagne und planen Sie die einzelnen Phasen des Verkaufsprozesses mit großer Sorgfalt. Nehmen Sie Ihr Verhalten gegenüber Key-Accounts kritisch unter die Lupe.

### Überwiegend C-Antworten

Sie haben ein professionelles Verständnis von Ihrer Rolle als Verkäufer. Achten Sie jedoch darauf, dass Sie zu Ihren Kunden eine gute Beziehung herstellen und sie professionell behandeln. Konzentrieren Sie sich auf die langfristige Strategie, und gestalten Sie die Beziehung mittels der in diesem Büchlein vorgestellten Techniken so, dass alle Beteiligten davon profitieren. Helfen Sie auch Ihren Mitarbeitern bei der Verbesserung ihrer Fähigkeiten.

### Noch ein Wort zu Ihrem Ergebnis ...

Wenn Sie diesen Selbsttest zum ersten Mal durchführen, sollten Sie diese Hinweise bei der anschließenden Lektüre des Buches stets im Auge behalten. Achten Sie besonders auf jene Aspekte, in denen es Ihnen noch an Professionalität mangelt, und profitieren Sie von den Tipps und den im Buch erläuterten Techniken. Sobald Sie das Buch gelesen und erste Erfahrungen mit der Anwendung der vorgestellten Techniken gemacht haben, können Sie den Fragebogen erneut ausfüllen. Wenn Sie beim ersten Mal nicht geschummelt haben, werden Sie jetzt deutliche Fortschritte feststellen!