

THOMAS PELZL

# VERKAUFE!

DAS PERFEKTE VERKAUFGESPRÄCH.

*Wie Sie...*

**Nutzen** formulieren • **Termine** vereinbaren • **Bedarf** ermitteln  
**Einwände** beseitigen • **Preise** verhandeln • **Abschlüsse** machen  
**Zusatzverkäufe** holen • **Weiterempfehlungen** bekommen

Susanne, Linda, Jenny  
ich liebe euch.

**caralinverlag** 



THOMAS PELZL

# VERKAUFE!

DAS PERFEKTE VERKAUFGESPRÄCH.

**caralinverlag** 

### **Bibliografische Informationen Der Deutschen Bibliothek**

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.de> abrufbar.

### **ISBN 978-3-944471-80-8**

Satz und Layout: Jenny & Linda, Ravensburg

Lektorat: Dieter Geiselhart, Bad Schussenried / Kürnbach

Grafik und Design: Werbehaus Wangen GmbH, Wangen

3. Auflage 2014

2. Auflage 2013

1. Auflage 2013

Copyright © 2013 beim **caralin** Verlag KG, Berg

### **Bezugs- und Verlagsanschrift**

caralin Verlag KG

Kirchweg 15

88276 Berg

eMail: [info@caralin-verlag.com](mailto:info@caralin-verlag.com)

Web: [www.caralin-verlag.com](http://www.caralin-verlag.com)

### **Copyright-Vermerk**

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung sowie der Übersetzung, sind vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.



## **Inhaltsverzeichnis**

Vorwort von André Sarrasani .....	12
Herzlich willkommen! .....	14
Warum ich dieses Buch schreibe.....	14
Mein Ziel mit diesem Buch .....	15
Dieses Buch kommuniziert mit Ihnen .....	16
Was Sie „müssen“ – und was nicht! .....	17
Wie Sie dieses Buch lesen können .....	20

### **01. Der natürliche Verkäufer .....23**

Darum ist Hochdruckverkauf nicht erfolgreich .....	24
Ehrlichkeit .....	27
Echtes Interesse.....	29
Wirklich am Gesprächspartner interessiert sein .....	30
Keine Interpretationen .....	32
Reden und Schreiben im Klartext.....	34
Gefühle wecken .....	36
Vom Interessenten zum Kunden .....	40
So kommen Verkäufer zu neuen Kunden .....	45
Verkäufer reden zu viel .....	46
Verkäufer handeln zu wenig .....	48
Erkenntnis aus Kapitel 1 .....	51

### **02. Verkauf und Persönlichkeit .....53**

Alles beginnt im Kopf! .....	54
Innere Einstellung.....	57
Begeisterung verkauft .....	58
Ängste .....	61
Gedanken-Hygiene .....	64

Motivation .....	65
Schmerz vermeiden – Freude gewinnen .....	67
Die Komfortzone erweitern .....	69
Entscheidungen treffen.....	73
Perfektionismus.....	75
Geduld .....	77
Disziplin .....	79
Ziele .....	80
Umsetzen .....	84
Jetzt gleich - nicht auf später verschieben .....	84
Verkaufsgespräche brauchen ein Ergebnis .....	87
Loslassen lohnt sich – im richtigen Moment.....	89
Ein neuer Tag.....	91
Unterstützung von außen .....	93
Erkenntnis aus Kapitel 2 .....	95

### **03. Nutzen formulieren .....97**

Vom Vorteil zum Nutzen .....	98
Nutzen verkauft.....	100
Nutzen formulieren .....	107
Erkenntnis aus Kapitel 3 .....	111

### **04. Termine vereinbaren .....113**

Die entscheidende Frage .....	114
Immer genügend Adressen .....	117
Auf die Zielgruppe einstimmen .....	121
Zuerst die Hausaufgabe – dann der Termin.....	130
Die ersten Sätze bei der Kalt-Akquisition .....	134
Die Hürden Zentrale und Sekretariat .....	138

Erkenntnis aus Kapitel 4 ..... 145

**05. Bedarf ermitteln .....147**

Die Bedarfsergründung..... 149

1. Der Gesprächseinstieg ..... 150

2. Die konkrete Frage Richtung Abschluss..... 151

3. Bedarfsergründung am Laufen halten ..... 153

4. Eigene Ideen einbringen ..... 155

5. Unbekanntes abklären ..... 157

6. Aussagen zusammenfassen ..... 160

7. Der entscheidende Punkt ..... 162

8. Emotionale Gründe dahinter ..... 166

9. Die Kaufbereitschaft feststellen..... 168

Erkenntnis aus Kapitel 5 ..... 171

**06. Die Präsentation.....173**

Alle Sinne nutzen..... 177

Sehen ..... 179

Hören..... 181

Fühlen..... 182

Riechen ..... 183

Schmecken ..... 184

Diese Punkte werden präsentiert ..... 186

Erkenntnis aus Kapitel 6 ..... 189

**07. Zusatzverkäufe holen .....191**

Zufriedene Kunden ..... 192

Kundenbindung ..... 193

Exakt die Bedürfnisse erfüllen ..... 196

So entstehen Zusatzverkäufe .....	197
Ein neuer Bedarf kann erzeugt werden .....	199
Fragen – aber richtig.....	199
Unbekanntes kann nicht gekauft werden! .....	203
So werden Zusatzverkäufe angesprochen .....	204
Kaufsignale können auch erzeugt werden .....	205
Durch Begeisterung Kunden gewinnen .....	205
Klarheit – nicht das Prinzip Hoffnung.....	206
Erkenntnis aus Kapitel 7 .....	209

## **08. Einwände beseitigen .....211**

So können Verkäufer aktiver werden.....	212
Aussagen hinterfragen .....	215
Automatismus – ist ein Schlüssel zum Erfolg.....	218
1. Einwand oder Vorwand .....	219
2. Bedenken als Frage verstehen .....	225
3. Annahme treffen.....	227
4. Präzise nachfragen.....	233
5. Zum Nachdenken anregen .....	237
6. Antwort verschieben .....	240
7. Argument zurückgeben.....	243
8. Trotzdem eine Lösung finden.....	247
9. Neu beginnen.....	250
10. Widerstand als Verkaufsargument .....	253
Mit Reklamationen umgehen .....	256
Erkenntnis aus Kapitel 8 .....	259

## **09. Preise verhandeln .....261**

Ich habe den höchsten Preis. Prima! .....	262
---	-----

Die acht häufigsten Fehler .....	263
Rabatt geben – oder nicht .....	271
Wie Sie KEINEN Rabatt geben können .....	273
Wie Sie WENIGER Rabatt geben können .....	275
Wie Sie EINEN Rabatt geben können .....	276
Mehr zur Bedingungsfrage .....	277
Der klassische Einkäufer .....	279
Wettbewerber – sind auch noch da .....	281
Erkenntnis aus Kapitel 9 .....	283

## **10. Abschlüsse machen .....285**

Der richtige Zeitpunkt .....	287
Kaufsignale .....	287
1. Eine Frage nach Einzelheiten .....	291
2. Verbale Zustimmung .....	291
3. Aktivitäten des Interessenten .....	292
Kaufbereitschaft testen .....	293
Erkenntnis aus Kapitel 10 .....	295

## **11. Weiterempfehlungen bekommen.....297**

Reden Sie über Ihre Arbeit! .....	298
Immer – und immer wieder .....	301
Weiterempfehlungen kontaktieren .....	304
Die Visitenkarte als Multiplikator .....	308
Erkenntnis aus Kapitel 11 .....	313

## **12. Profitieren Sie zusätzlich.....315**

Zusatzkapitel kostenlos herunterladen.....	316
Das Training zum Buch.....	317

Inhalte dieses speziellen Verkäufertrainings .....	321
Ein Coach .....	323
Individuelles Coaching zum Buch .....	326
Zum Experten braucht es Zeit .....	326
In 6 Monaten .....	326
Erwartungen an ein individuelles Coaching .....	327
Impulse, Ideen und Aufgaben .....	328
Persönlicher Kontakt mit dem Trainer.....	329
Bewerben Sie sich als Coachee.....	329
Die Impuls-Tankstelle <i>kostenlos</i> .....	330
Ihr persönlicher Gesprächsleitfaden .....	331
Das Hörbuch zum Buch .....	332
Das EINWAND-Hörbuch zum Buch .....	333
Erkenntnis aus Kapitel 12 .....	334

# **Vorwort von André Sarrasani**

Sehr geehrte Damen und Herren,  
lieber Leser,

mein Urgroßvater Hans Stosch-Sarrasani prägte einst den Satz: „Willenskraft – Wege schafft!“ Ein Satz, der das Wirken meiner Familie geleitet hat und unser Unternehmen mittlerweile 110 Jahre erfolgreich am Markt bestehen lässt.

Denn Sarrasani ist längst kein reiner Circus mehr: Die „Marke Sarrasani“ ist heute Dachmarke eines Wirtschaftsunternehmens, das auf mehreren Säulen aufbaut.

Auch, oder gerade weil unser Familienunternehmen zu den größten und erfolgreichsten dieser Branche gehört, unternehmen wir alles, um Jahr für Jahr tausende Besucher mit unseren Produktionen zu begeistern. Neben der Show, allen Künstlern, dem Eventgeschäft, neben Licht- und Tontechnik ist der Verkauf maßgeblicher Baustein unseres Erfolges.

Als ich Thomas Pelzl vor einigen Jahren in einem Vortrag erlebte, war mir sofort klar, dass er mit seiner Persönlichkeit, seiner Denkweise und mit seinem Know-how mein Unternehmen, mein Team und mich selbst unterstützen und voranbringen kann.

Ich habe ihn als Meister der Kommunikation kennengelernt. Er lebt, was er lehrt und bringt alle Fähigkeiten mit, die Verkäufer und vor allem auch Verkaufstrainer haben müssen: Ehrlichkeit, Interesse, Aufnahme- und Anpassungsfähigkeit, Flexibilität sowie

eine Schlagfertigkeit und Wortgewandtheit, die einem nur selten begegnet.

Und vor allem besitzt er die Fähigkeit, all dies vorzuleben und auf einfache Art und Weise zu vermitteln.

Seit wir uns kennen, gibt Thomas sein Wissen mehrmals im Jahr an unterschiedliche Mitarbeiter meines Unternehmens weiter: vom Büro über den Service bis in die Verkaufsabteilung.

Jetzt da Sie dieses Buch in Ihren Händen halten, haben auch Sie die Chance, dieses Wissen für sich zu nutzen. Profitieren Sie von den besten Tipps für den Verkauf!

Ich wünsche Ihnen, liebe Leser, mindestens genauso viel Erfolg damit, wie wir ihn erleben dürfen – und verabschiede mich gemäß meinem Motto:

***Willenskraft – Wege schafft!***

Viel Erfolg und Vergnügen mit diesem Buch wünscht

***Ihr  
André Sarrasani***

# **Herzlich willkommen!**

## **Warum ich dieses Buch schreibe**

Lange Zeit wusste ich nicht, dass ich Verkäufer bin. Bereits 1980, im Alter von 16 Jahren, habe ich aktiv verkauft. Damals, als ich mich mitten in der Ausbildung zum Radio- und Fernsehtechniker befand, musste ich feststellen, dass mich die Verkaufsfläche, das Ladengeschäft, deutlich mehr interessierte als die Werkstatt. Verkaufen, nicht reparieren, wurde schnell zu meiner Lieblingsbeschäftigung. Somit hatte ich zwei Probleme. Erstens waren meine Leistungen in der Werkstatt eher Mittelmaß - was meinem Lehrmeister nicht gefiel - und zweitens sahen mich unsere zwei Verkäufer lieber von hinten, denn ich schnappte mir nahezu jeden potenziellen Käufer, der durch die Tür kam, um ihm alles über neue Fernseher und Stereoanlagen zu erzählen. Oft - sehr oft - gab es für die Verkäufer keine Verkaufsprovision, weil ich verkauft hatte, bevor sie selbst aktiv wurden. Als Lehrling bekam ich natürlich noch keine Provision. Ich denke sehr gerne an diese Zeit zurück. Doch was mir damals noch nicht klar war - ich war im „Verkauf“ angekommen.

1992 begann ich als Selbstständiger Computer und vor allem Dienstleistungen rund um die EDV zu verkaufen. Um meine Frau und später meine beiden Töchter, sowie meine Mitarbeiter ernähren zu können, begann ich den Verkauf nicht nur als Mittel zum Zweck zu sehen, sondern ich verstand, dass Verkauf die Basis für jeglichen Wohlstand ist.

Die Basis für die Familie, für ein Unternehmen, für die Wirtschaft!  
Kein Wohlstand ohne Verkauf!

Heute, rund zwanzig Jahre – und viele Erfahrungen – später, biete ich meinen Kunden ein einzigartiges Training an. Dabei erhalten sie eine ganzheitliche Ausbildung im Verkauf UND in der Persönlichkeit.

Details hierzu, erhalten Sie in **Kapitel 12: „Profitieren Sie zusätzlich“**.

## Mein Ziel mit diesem Buch

Mein Ziel war und ist, Ihnen ein Buch zu präsentieren, das ...

- sich leicht lesen lässt
- Sie strukturiert durch den natürlichen Verkauf führt
- Ihnen viele Beispiele und Tipps bietet
- Sich mit Ihnen unterhält
- Sie motiviert jede einzelne Seite zu lesen
- Sie sofort anwenden können
- Sie gerne wieder in die Hand nehmen
- Sie mit gutem Gewissen weiterempfehlen können
- Sie mit Nutzen überhäuft

Gerade weil es - speziell im Verkauf - darum geht möglichst viel Nutzen zu spenden, erhalten Sie weitere Leistungen zum Buch.

In **Kapitel 12** mit dem Titel **„Profitieren Sie zusätzlich“**, finden Sie Hinweise, wo Sie Zusatzkapitel und nützliche Dokumente kostenlos aus dem Internet herunterladen können.

Sollten Sie jetzt schon neugierig sein, hilft Ihnen das Inhaltsverzeichnis, diese Stellen zu finden.

# Dieses Buch kommuniziert mit Ihnen

Worte, die „besonders betont“ werden stehen in Anführungszeichen.

Worte mit hoher Wichtigkeit werden **fett** geschrieben.

Worte mit dem allerhöchsten Grad von Wichtigkeit werden **GROSS UND FETT** geschrieben.

## Bemerkenswertes

In diesen Passagen erfahren Sie Besonderes.  
Zitate, Merksätze und vieles mehr.

## Tipp x

### **Jeder Tipp hat eine fette Überschrift!**

Die Tipps stehen auf grauem Hintergrund und bieten Ihnen, lieber Leser, einen hohen Nutzen.

## Beispiel

Sie finden anschauliche Beispiele in eingerückter Form.

Sie werden Gespräche zwischen dem Verkäufer (**V:**) und dem Interessenten (**I:**) finden. Diese wörtliche Rede steht in Anführungszeichen ist fett und kursiv.

Der Verkäufer (V:) wird folgendermaßen dargestellt:

**V:** *„Meine wörtlichen Reden sind kursiv und fett!“*

Der Interessent (I:) so:

**I: „Ich werde mit dem Großbuchstaben I und der Verkäufer mit einem V dargestellt.“**

*(An einigen Stellen werden die Aussagen von V oder I kommentiert. Diese Zeilen sind nicht fett, jedoch kursiv und in Klammern gesetzt. Anschließend kann es mit einer Aussage von einem der beiden weitergehen.)*

**V: „Achten Sie auf meine Sätze, ganz speziell auf die letzten innerhalb einer Kommunikation, denn diese steuern meist den Abschluss an oder fordern den Interessenten auf, weitere Informationen zu liefern!“**

Im Text finden Sie immer wieder lehrreiche und unterhaltsame Geschichten. Diese sind kursiv und eingerückt abgedruckt.

*Geschichten sind wahre Begebenheiten. Ereignisse die jeder, ob Verkäufer oder nicht, tagtäglich wahrnehmen kann. Auch innerhalb dieser Geschichten erleben Sie teilweise die Kommunikation zwischen Verkäufer und Interessent. Deren Dialoge sind, zur besseren Unterscheidung von Beispielen, allerdings nicht fett abgedruckt.*

## **Was Sie „müssen“ – und was nicht!**

In diesem Buch werden Sie immer wieder auf die Formulierung „**müssen**“ treffen. Mir ist sehr wohl bewusst, dass ich Sie damit auffordere, etwas zu unternehmen! Dabei verfolge ich das Ziel, Sie noch besser zu machen als Sie es schon sind.

Warum wollen wir besser werden? Warum bilden wir uns weiter?  
Warum lesen wir Bücher?

Es geht darum, dass wir etwas aus den Inhalten machen, dass wir etwas übernehmen, dass wir etwas umsetzen. Aus diesem Grund **müssen** wir auch dies oder jenes tun. Wir **müssen** handeln, sonst bleibt alles beim Alten. Hat es sich gelohnt, dieses oder andere Bücher zu lesen wenn alles beim Alten bleibt?

Hat es sich dann gelohnt?

Weil Sie mit diesem Buch ein Fachbuch für den noch besseren Verkauf in Ihren Händen halten, gehe ich davon aus, dass Sie sich fachlich weiterentwickeln möchten, dass Sie davon profitieren möchten. Haben Sie Zeit für eine Lektüre, die Sie nicht weiter bringt?

Ich werde sehr ehrlich mit Ihnen umgehen, liebe Leserin, lieber Leser. Sobald wir an einer Stelle angelangt sind, an der ich Sie mit einem Thema konfrontiere, das Sie persönlich weiterbringen könnte, stoßen Sie auf das **Müssen**.

Wenn ich Sie dann dazu auffordere, etwas in die Praxis umzusetzen, damit nicht alles beim Alten bleibt, **dann müssen Sie zumindest darüber nachdenken**, ob Sie vom jeweiligen Vorschlag profitieren können – und ob sich dadurch etwas für Sie verbessern könnte.

Ist das für Sie OK?

Können wir das so machen?

Mein Tipp:

***„Lassen Sie sich darauf ein,  
arbeiten Sie mit und erleben Sie, was es Ihnen bringt!“***

Und dann – erst dann, wenn eine Idee, ein Impuls, eine Erfahrung anderer Verkäufer umgesetzt wurde, können Sie überprüfen, ob es auch Sie weiter gebracht hat oder nicht.

**Ist das für Sie OK?**

**Können wir das so machen?**

Obwohl dieses Buch 333 Seiten umfasst, konnten einige wichtige Informationen nicht abgedruckt werden. Diese sind so umfangreich, dass sie den Rahmen dieses Werkes sprengen würden.

Um Ihnen, liebe Leser, diese zusätzlichen Tipps und Werkzeuge nicht vorzuenthalten, wurden Sie als PDF-Dateien zum kostenlosen Download im Internet für Sie bereitgestellt.

Über folgende Symbolik erhalten Sie den Hinweis, dass zusätzliche Artikel zu einem betreffenden Thema zur Verfügung stehen:



#### **PDF-Datei im Internet downloaden**

Die Inhalte sind umfangreiche Zusatzarbeiten zum Buch. Somit erhalten Sie eine Menge wertvoller Informationen, die Sie auf Ihrem Weg zu einem noch besseren Verkäufer tatkräftig unterstützen.

*Die Internetadresse zum Download der Datei finden Sie in **Kapitel 12: „Profitieren Sie zusätzlich“**.*

# Wie Sie dieses Buch lesen können

Es ist so geschrieben, dass ich mit **IHNEN** als Leserin und Leser direkt kommuniziere. **Sie werden bemerken, dass ich Sie immer wieder direkt anspreche.**

So stelle ich Ihnen auch Fragen, die Sie genau zu diesem Zeitpunkt für sich beantworten sollen. Daraus nehmen Sie die notwendigen Erkenntnisse für die weiteren Seiten des Buches und für Ihre Weiterentwicklung mit.

## Bemerkenswertes

In diesem Buch finden Sie Beispiele und erklärende Texte, bei denen ich immer wieder den „Verkäufer“ darstelle. Um die Kommunikation einfach zu halten, erwähne ich nicht extra, dass ich die jeweilige Passage gleichzeitig auch auf die VERKÄUFERIN beziehe.

**Ich bitte Sie – liebe VERKÄUFERIN – mir dies zu gestatten.**

**Über das Inhaltsverzeichnis können Sie einzelne Themen direkt angehen.**

Jedes Thema ist in sich abgeschlossen. So können Sie nach dem ersten Durcharbeiten einzelne Themen jederzeit vertiefen. Sie werden erleben, dass Sie das Buch mehrmals lesen können und jedes Mal neue Impulse erhalten werden.

**Dennoch empfehle ich Ihnen, das Buch Kapitel für Kapitel zu lesen.**

Es ist so geschrieben, dass die Themen aufeinander aufbauen. Sie werden feststellen, dass dieses Buch mehr als ein Buch für erfolgreicherer Verkauf ist. Es ist ein Buch mit einem roten Faden. Sie lernen chronologisch, Schritt für Schritt, alle wichtigen Bereiche des erfolgreichen Verkaufs kennen. Sie erhalten einen Leitfaden für Ihren täglichen Verkauf. Sie finden Ideen, Tipps und eine Menge Formulierungen, die auch Sie nochmals besser machen können.

Achten Sie auf die Dialoge zwischen Verkäufer und Interessent. In den Äußerungen des Interessenten werden Sie Ihren Arbeitsalltag wiederfinden. Sie werden erleben, dass er kritische Fragen stellt, dass er es dem Verkäufer nicht leicht macht. Wie im richtigen Leben.

Die Antworten des Verkäufers bieten Ihnen eine Fülle von Impulsen und Ideen zur abschlussorientierten Handlung. Um Ihnen zu demonstrieren, dass die beschriebenen Vorgehensweisen in allen Märkten funktionieren, wechsele ich in den Beispielen öfter die Branche und das Produkt. So, dass Sie sich in diesem Werk garantiert wiederfinden können.

Sehr häufig werden diese Dialoge im Anschluss bis ins Detail durchleuchtet. Dadurch erhalten Sie ein fundiertes Wissen über die Gründe einer, zum Beispiel, ablehnenden Haltung. Gleichzeitig lernen Sie optimale Vorgehensweisen und Lösungen für Antworten kennen, die Sie unweigerlich in eine klare Kommunikation und in den Abschluss führen.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß mit diesem Werk und viele wichtige Erkenntnisse für Ihr Leben und den Verkauf.

Ich wünsche Ihnen: **Das perfekte Verkaufsgespräch.**

Ihr

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Thomas Pell', with a stylized, cursive script.



**VERKAUFE!**

**01.**

**Der natürliche Verkäufer**

## Bemerkenswertes

Erfolgreicher Verkauf wird von erfolgreichen Menschen praktiziert, deshalb ist die Weiterentwicklung im Verkauf stets auch eine Weiterentwicklung in der Persönlichkeit. In beiden Bereichen unterstützt Sie dieses Buch aktiv.

*Thomas Pelzl*

## **Darum ist Hochdruckverkauf nicht erfolgreich**

Menschen möchten mit Menschen zu tun haben, die natürlich sind. Folglich möchten Interessenten mit Verkäufern zu tun haben, die natürlich sind.

Weil ich Verkauf mit grundehrlicher Natürlichkeit verbinde, habe ich mir in weit mehr als einem Jahrzehnt, eine ganz natürliche Variante des Verkaufs angeeignet.

Es gibt keine Verkaufstricks! Niemand möchte Tricks! Niemand möchte hereingelegt werden!

Unsere potenziellen Kunden möchten Verkäufer erleben, die authentisch sind – Verkäufer, die begeistern. Verkäufer, die voll und ganz in Ihrer Berufung aufgehen. Verkäufer, die ehrlich und wirklich an ihren Gesprächspartnern interessiert sind.

Dazu brauchen Verkäufer keine Tricks. Dazu brauchen sie keinen „Psycho-Schnickschnack“. Verkäufer brauchen auch keine aufgesetzte Fassade, keine schöne Mimik zu einer Täuschung – zu einem Trick eben.

Natürlicher Verkauf hat nichts mit all diesen Dingen zu tun!

**SIE** haben nichts mit diesen Dingen zu tun.

Sie – Sie als Verkäufer – brauchen lediglich das Bewusstsein, dass Sie im „Verkauf“ gelandet sind, und Sie brauchen einen vollen Werkzeugkasten mit einfachen, leicht anwendbaren Verkaufstechniken die ganz natürlich sind.

Wenn Sie dies genauso sehen, liegt es an Ihrer inneren Einstellung was Sie daraus machen.

## Tipp 1

### **Mögen Sie Ihre Gesprächspartner!**

Wenn Sie wirklich am Wohl Ihres Gegenübers interessiert sind, dann handeln Sie automatisch natürlich. Dann fallen Ihnen keine Vorgehensweisen ein, die täuschen könnten.

Man kann Mitmenschen mögen. Auch das ist eine innere Einstellung. Wenn Sie so in ein Gespräch starten, halten Sie sich alle Türen offen. Später können Sie durchaus zu einer anderen Einsicht gelangen. Später.

Ich sage:

**„Es ist unmöglich, bereits vor dem ersten Gespräch festzustellen, ob Sie Ihren Gesprächspartner mögen können oder nicht.“**

Dies hat natürlich auch mit Ihrer eigenen Identifikation mit dem Verkauf zu tun.

### **Was ist Ihre Aufgabe im Verkauf?**

Sie sind für andere Menschen da! Für Ihre potenziellen Kunden! Sie sind dafür da, um herauszufinden, ob Ihr Angebot zu seiner Nachfrage passt. Und wenn Sie herausfinden, dass dies so ist, dann geht es darum, dass Ihr Interessent bekommt, was er benötigt. Das ist es!

**SIE im Verkauf benötigen lediglich das Bewusstsein, dass SIE im Verkauf gelandet sind, und SIE brauchen einen vollen Werkzeugkasten mit einfachen, leicht anwendbaren Verkaufstechniken, die ganz natürlich sind.**

### **Tipp 2**

#### **Kein Druck!**

Mögen Sie es wenn Sie selbst unter Druck gesetzt werden? Wenn manche Verkäufer doch nur mitdenken würden! Wie soll auf dieser Basis ein guter Verkauf stattfinden können? Bauen Sie keinen Druck auf. Ihr Gesprächspartner muss sich wohl fühlen.

#### **Wenn Sie etwas „durchdrücken“, werden es Ihre Gesprächspartner merken!**

Viele lassen es sich nicht (sofort) anmerken. Und während der „Drücker“ munter weitermacht, verliert er seinen potenziellen Kunden und merkt es nicht einmal. Er merkt es nicht, weil er eine völlig andere Einstellung, einen anderen Fokus hat.

Der Fokus könnte lauten: Verkaufen um jeden Preis.

## Tipp 3

### **Sie dürfen nur dann verkaufen, wenn Sie haben, was benötigt wird!**

Wenn Ihr Angebot zum Bedarf passt, dann dürfen Sie verkaufen. Nur dann! Alles andere führt zu Unzufriedenheit, zu Storno und zur üblen Nachrede. Zu Recht! Denn nur die Fakten zählen. Passt Ihr Angebot zur Nachfrage, ist alles in Ordnung. Passt es nicht zu einhundert Prozent, muss es Ihr Gesprächspartner erfahren!

Mit Hochdruckverkauf ist noch niemand auf Dauer beliebt und reich geworden. Verkäufer dieser Art bekommen auf kurz oder lang ihre Rechnung dafür. Und die tut weh! Keine Weiterempfehlungen, keine Freude, kein Erfolg, und vieles mehr!

## **Ehrlichkeit**

Ehrlichkeit ist eine Grundvoraussetzung für den Verkauf. Sie können nicht – nein, Sie dürfen nicht – verkaufen, wenn Sie wissen, dass Ihr Angebot nicht ideal zu Ihrem Interessenten passt.

Wenn Sie feststellen, dass Ihr Angebot nicht hundertprozentig zu den Anforderungen Ihres Ansprechpartners passt, dann müssen Sie es ihm sagen! Sollte er sich nach dieser ehrlichen Aussage immer noch für Ihr Angebot entscheiden, dann ist es in Ordnung. Und nur dann!

Sollten Sie diese einfache Grundregel nicht einhalten, lernen Sie schnell die Konsequenzen kennen: Ärger, Storno, keine Weiterempfehlung, dass schlecht über Sie gesprochen wird und vieles mehr.

Ihre Aussagen müssen stimmen – Ihre Zusagen müssen eingehalten werden!

Sie tragen große Verantwortung. Auch wenn Ihr Gesprächspartner, im Gegenzug, nicht immer ehrlich zu Ihnen ist. Er findet hin und wieder Argumente, die knapp an der Wahrheit vorbeigehen, um in diesem Moment keine Entscheidung treffen zu müssen – um Sie zu verträsten.

Dennoch ist es die Pflicht des Verkäufers, **IMMER** bei der Wahrheit zu bleiben.

### **Wie können Sie nun verkaufen, wenn Ihr Angebot nicht vollständig passt?**

Indem Sie voll und ganz Verkäufer sind.

Verkäufer setzen „gut formulierte Nutzen“ ein.

(Wir gehen in **Kapitel 3: „Nutzen formulieren“**, ausgiebig darauf ein)

### **Beispiel**

Stellen Sie sich eine Waagschale vor!

Auf der einen Seite legen Sie alle Nutzen für Ihr Produkt hinein. Auf der anderen Seite addieren Sie alle Argumente, die gegen den Kauf sprechen. Lassen Sie sich von Ihrem Gesprächspartner dabei helfen. Sollte die Waagschale mit Nutzen nun mehr Gewicht haben, ist es immer noch möglich zu verkaufen.

Ehrlichkeit führt zu besseren Verkaufsgesprächen, führt zu Neukunden, führt zu zufriedenen Kunden, führt zu mehr Umsatz und Gewinn. Und was stellt sich ein?

Freude, Bestellungen, Weiterempfehlungen, dass gut über Sie gesprochen wird, usw. Übernehmen Sie diese Verantwortung und sprechen Sie Klartext. Ehrlich währt am längsten!

## Tipp

**Nutzen Sie alle Chancen, indem Sie sich optimal auf Ihre Verkaufsgespräche vorbereiten.**

Seien Sie mutig und fragen Sie auch dann nach einem Abschluss, wenn es Fakten gibt, die gegen einen Kauf sprechen.

Ehrlichkeit ist auch das deutliche Nennen von wahrem Nutzen und das Akzeptieren von Argumenten, die gegen einen Kauf sprechen. Seien Sie jedoch stets bereit, sich maximal einzubringen, so gut hinzuhören, so gut zu formulieren, dass es Ihren Interessenten möglich wird zu kaufen.

Haben Sie das eben wahrgenommen? Was ist Ehrlichkeit?

- Deutliches Nennen von wahrem Nutzen!
- Akzeptieren von Argumenten, die gegen einen Verkauf sprechen!
- Die Bereitschaft, sich maximal einzubringen!
- Gut hinhören!
- Gut formulieren!

Jeder einzelne dieser Punkte macht Sie zu einem besseren Verkäufer!

## Echtes Interesse

An jemandem oder an einer Sache interessiert zu sein, bedeutet mehr darüber erfahren zu wollen. Wenn Sie als Verkäufer einen neuen Kunden gewinnen möchten, benötigen Sie zunächst einen Interessenten. Sie brauchen also jemanden, der sich für Sie, bzw. Ihr Produkt interessiert.