

Einwände im Verkaufsprozess erfolgreich behandeln



„Ich möchte noch eine Nacht darüber schlafen“, „Das kommt mir ziemlich teuer vor“, „Ich möchte noch mit ein paar Leuten darüber sprechen“: Immer, wenn ein Kunde Gründe angibt, warum er jetzt nicht kaufen will, nennt man diese Gründe Einwände.

Sie können Einwände leicht erkennen, indem Sie genau zuhören und verstärkt auf die Körpersprache des Kunden achten. Er wird möglicherweise auf Distanz gehen oder eine ablehnende Haltung einnehmen. An diesem wichtigen Punkt im Verkaufsprozess ist Ihr Kunde nicht bereit zu kaufen. Doch genau jetzt geht es darum, sich nicht zurückzuziehen, sondern den Kunden ernst zu nehmen und individuell auf seine Fragen einzugehen. Hier beginnt also die eigentliche Kunst des Verkaufens.

Einwände sind der berechtigte Ausdruck von Bedürfnissen. Ihr Gesprächspartner ist unsicher, er hat Angst eine falsche Entscheidung zu treffen. Er braucht Informationen, Bestätigung, Sicherheiten oder eine emotionale Unterstützung beim Entscheidungsprozess. Manchmal ist ein Einwand auch ein Kaufsignal, denn der Kunde setzt sich intensiv mit dem Angebot auseinander. Er sagt z.B.: „Ich möchte es in einer anderen Farbe/Größe/etc.“.

4 Schritte zur Einwandbehandlung

1. Hinterfragen des Einwands

Was auch immer der Grund ist, solange Sie den Einwand nicht kennen, sind Sie nicht in der Lage, die Bedenken oder das Problem des Kunden auszuräumen.

2. Gut zuhören!

Antworten Sie noch nicht. Lassen Sie den Kunden spüren, dass Sie ihn wirklich ernst nehmen und nicht schon die Antwort parat haben.

3. Einwand isolieren

Ist das der einzige Punkt, der den Kunden vom Kauf abhält?

4. Einwand lösen

Jetzt gilt es Lösungen für das Problem zu finden. Die Lösung kann in zusätzlichen Informationen, im Zeigen von Beweismaterialien, der Aufklärung von Missverständnissen oder in Verhandlungen bestehen.

Alle Einwände sind nach einem Vier-Schritte-System lösbar. Erweisen Sie sich als unlösbar, dann deswegen, weil der Kunde falsch bzw. unzureichend qualifiziert wurde. In letzteren Fall liegt eine Fehleinschätzung zu Beginn des Verkaufsprozesses vor. Der Kunde kann sich das Produkt beispielsweise tatsächlich nicht leisten, braucht es nicht oder hat unrealistische Vorstellungen.

Die nebenstehenden Schritte geben einen Leitfaden für den Umgang mit Einwänden. Einwandbehandlung ist jedoch vor allem eine Sache der inneren Einstellung und der Übung.

Zum einen sollte jeder Verkäufer gut vorbereitet sein: Welche Einwände sind typisch für das eigene Geschäft und für die Branche? Welche Antworten gibt es auf diese Einwände? Zum anderen hilft die Erkenntnis, dass Einwände, Zweifel und Un-

sicherheit natürliche Bestandteile des Kaufprozesses sind. Sie bedeuten immer eine Verkaufschance und sollten daher sorgfältig und gewissenhaft behandelt werden.

Das Thema Einwandbehandlung wird in allen **BEITRAINING**[®] Verkaufsseminaren ausführlich behandelt. Anhand von Workshops und Rollenspielen üben die Teilnehmer den Umgang mit den verschiedensten Einwänden.

Zitat des Monats:

„Der Verkauf beginnt, wenn der Kunde „Nein“ sagt!“

R. Gil Ostrander, Gründer und Geschäftsführer **BEIGROUP**[®]

Bundesverband mittelständische Wirtschaft empfiehlt **BEITRAINING**[®] Seminare

Der Bundesverband Mittelständische Wirtschaft (BVMW) hat fünf **BEITRAINING**[®] Seminare zertifiziert. Nach eingehender Prüfung dürfen sie nun das Prädikat „Durch den Bundesverband mittelständische Wirtschaft empfohlen“ tragen.

Als „Stimme des Mittelstands“ spricht der BVMW für mehr als 150.000 kleine und mittlere Unternehmen deutschlandweit, die rund 4,3 Mio. Arbeitnehmer beschäftigen. Das Seminarangebot von **BEITRAINING**[®] ist speziell auf diese Zielgruppe abgestimmt.

Die Empfehlung durch den BVMW ist laut **BEITRAINING**[®] Geschäftsführer Andreas C. Fürsattel eine wertvolle Auszeichnung. „Der BVMW als Repräsentant des deutschen Mittelstands bestätigt uns, dass wir seinen Mitgliedern mehr bieten können als kurzfristige Schulungsmaßnahmen. **BEITRAINING**[®] baut auf langfristige Zusammenarbeit, innovative Seminaregestaltung, individuelle Nachbetreuung und Eigenmotivation. Dadurch können wir unseren Kunden messbare und nachhaltige Ergebnisse zusichern.“



Kleinreuther Weg 87
90408 Nürnberg
Tel.: 0911/20 600-0
Fax: 0911/20 600-14
info@bei-group.com
www.bei-germany.com