

## News

### Vom Verkaufsgespräch zum erfolgreichen Geschäftsabschluss

**Wenn die Lead-Generierungsmaßnahmen erfolgreich durchgeführt wurden, ergibt sich idealerweise ein Verkaufsgespräch mit dem potenziellen Neukunden. Dieser bekundet damit bereits indirekt sein Interesse an den ihm dargebotenen Leistungen, was eine optimale Grundlage für den angestrebten Geschäftsabschluss bildet. Im Zuge dessen ist eine gezielte Vorbereitung des Vertriebsmitarbeiters maßgebliche Voraussetzung. Dazu zählen neben einer professionellen Präsentation sowie entsprechenden Informationsmaterialien und tief greifenden Produktkenntnissen in erster Linie auch sehr gute Soft-skills und Erfahrungen im Umgang mit gesprächsspezifischen Formalitäten.**

Schlägt ein Verkaufsgespräch fehl, neigen viele Verkäufer dazu, die Schuld den Schwächen des Produkts zuzuweisen. Zweifel an diesem oder allgemein an einer erfolgreichen Zusammenarbeit entstehen jedoch oft auch durch den Auftritt des Verkäufers bzw. dessen Vortragsweise. Gerade hierbei begehen selbst erfahrene Sales-Mitarbeiter noch Fehler. Diese führen dazu, dass der Kunde sich letztendlich nicht direkt gegen das Produkt, sondern gegen den Vortragenden bzw. das Unternehmen entscheidet. Aus diesem Grund sollte ein Verkäufer die folgenden Grundsätze für ein Gespräch berücksichtigen.

#### Jedes Gespräch ist einzigartig

Auf jeden potenziellen Kunden sollte sich ein Verkäufer individuell vorbereiten. Im Zuge dessen ist es essenziell, sich ausführlich über das Unternehmen zu informieren und so einen konkreten und bedarfsgerechten Nutzen zu ermitteln. Der Präsentierende sollte im Laufe des Gesprächs sein Ziel stets vor Augen behalten. Um sich jedoch zuvor die Angst vor dem Scheitern zu nehmen, ist es ratsam, einen „Plan B“ zu entwickeln. In diesem sollte eine Deeskalationsstrategie für den Fall eines nicht erfolgreichen Gesprächs festgelegt sein. Dabei empfiehlt es sich, im Vorhinein Etappenziele zu definieren, um später auch kleine Erfolge verbuchen zu können.

#### Zeit ist kostbar

Ein Vortrag sollte stets kurz und bündig sein und mit ausreichend Zeit für Zwischenfragen geplant werden. Letztere sollten nach Möglichkeit sofort beantwortet werden, um eventuelle Einwände direkt zu entkräften, so dass sich diese nicht im Laufe des Gesprächs ansammeln. Durch die Kürze wird dem Kunden signalisiert, dass seine Zeit als kostbar eingeschätzt wird und der Vortragende diese daher nicht unnötig lange beanspruchen will. Ein kurzer Small Talk über allgemeine Themen erleichtert den Einstieg, da besonders die soziale Komponente ausschlaggebend für einen positiven Gesprächsverlauf ist.

#### In der Ruhe liegt die Kraft

Um beim Gegenüber einen guten Eindruck zu erzielen, sollte der Referent nicht zu nervös und vor allem nicht gestresst wirken. Hierbei helfen beispielsweise kurze Konzentrations- und Entspannungsübungen, die kurz vor dem Termin durchgeführt werden können und die Nervosität mindern. Das Erinnern an frühere Erfolge gibt zusätzliches Selbstvertrauen. Darüber hinaus ist es ratsam, ausreichend Anreisezeit einzuplanen, um stressfrei zum Termin zu erscheinen. Idealerweise hat der Vortragende zudem durch vorherige Übungen oder Verkaufsgespräche Routine in seiner Präsentationsart erlangt.

#### Der erste Eindruck zählt

In den meisten Fällen sind die ersten 90 Sekunden entscheidend für den folgenden Verlauf des Gesprächs. Für den ersten Eindruck ist besonders das äußere Erscheinungsbild des Referenten relevant; dieses sollte gepflegt und der Kleidungsstil angemessen sein. Darüber hinaus sind Attribute wie Pünktlichkeit, Höflichkeit und Freundlichkeit Grundvoraussetzung für einen erfolgreichen Sales-Experten. Ebenfalls von Bedeutung sind eine positive Körpersprache in Gestik und Mimik, eine angenehme und feste Stimmlage sowie der regelmäßige Blickkontakt mit den Zuhörern. Ein unangemessener Auftritt des Repräsentanten eines Unternehmens führt beim Kunden eventuell zu unterbewussten Rückschlüssen auf das jeweilige Produkt.

#### Gute Redner hören zu

Viele Verkäufer machen den Fehler, ihr Gegenüber mit einem Monolog zu konfrontieren und ihn nicht zu Wort kommen zu lassen. Erfahrungsgemäß ist besonders das Eingehen auf die spezifischen Belange des Kunden ein wichtiges Kriterium. Aus den Informationen, die der Kunde bietet, lassen sich wertvolle neue Argumente und Anknüpfungspunkte für das weitere Gespräch ableiten. Ziel ist es, nach Möglichkeit einen ausgeglichenen Dialog herzustellen.

#### Die angemessene Wahl der Worte

Ein guter Redner passt sich in seiner Wortwahl seinem Gesprächspartner an und findet eine gemeinsame sprachliche Ebene. Da das Gehirn erwiesenermaßen besser in der Lage ist, Bilder anstatt Texte zu verarbeiten, empfiehlt es sich, eine lebendige und bildhafte Sprache zu verwenden. Des Weiteren sollte der Gebrauch des Konjunktivs vermieden werden, da dieser Unsicherheit symbolisiert.

#### Einen guten Abschluss finden

In den letzten Minuten des Gesprächs gilt es, eine Entscheidung herbeizuführen. Dem potenziellen Kunden sollte ein kurzes Fazit der für ihn wichtigsten Vorteile gegeben werden. Im Anschluss daran ist es ratsam, wenn der Verkäufer dem Kunden Kaufanreize und alternative Handlungsoptionen aufzeigt, wie beispielsweise Probekäufe oder Testphasen. Im Fall, dass sich dieser noch Bedenkzeit wünscht, sollte noch vor Ort ein Folgetermin anvisiert werden. Resultiert aus dem Gespräch ein Verkaufsabschluss, sollten anschließend adäquate After-Sales-Maßnahmen eingeleitet werden, die den Grundstein für eine erfolgreiche und langjährige Geschäftsbeziehung legen.

Eine Zusammenfassung der Dinge, die es vor, während und nach einem Verkaufsgespräch zu beachten gilt, gibt Ihnen der aktuelle Sprengel & Partner-Leitfaden.

Dateien:



[Leitfaden\\_Verkaufsgespraech.pdf](#)

01.12.2008 11:16 Alter: 2 Jahre

[<- Zurück zu: News](#)