

## Erfolg durch Konsequenz oder Ein Verkaufsgespräch ohne Abschluss ist wie ein spannender Roman, bei dem die letzte Seite fehlt

von Kai-Iner Voigt

Jeder Verkäufer kennt die Situation: trotz ausführlicher Beratung kann sich der Kunde heute nicht zur Auftragserteilung entschließen. Die Gründe sind immer die gleichen: er muss noch einmal überlegen, irgendwelche Listen überprüfen oder Mitarbeiter zu Rate ziehen. Ebenso typisch darauf ist die Reaktion des Verkäufers: Man nimmt die Ausflüchte zur Kenntnis, in der Hoffnung, schon bald in Kürze einen Auftrag zu erhalten.

Dabei, wenn wir ehrlich sind, wissen wir jedoch alle: auf diesen Auftrag warten wir noch heute. Eigentlich fängt jetzt das Verkaufsgespräch erst richtig an. Die Praxis zeigt aber, dass die meisten Verkäufer hier bereits den Rückzug antreten. Verkäufer, die so handeln, sind meiner Meinung nach Gesprächsprofis, aber keine Verkaufsprofis!

Wir wollen dem Kunden helfen, ihm Nutzen aufzeigen, ihn mit kreativen Ideen zu größeren Erfolgen verhelfen. Deshalb kann unser Ziel nur sein, ihn zum Abschluss zu bewegen. Auf dieses Ziel sollte Ihr ganzes Verkaufsgespräch ausgerichtet sein.

Kürzlich hatte ich das Vergnügen, eine Ballonfahrt zu genießen. Kaum war ich in der Luft, da sah sich der „Pilot“ auffallend suchend in alle Richtungen um. Es war so auffällig, dass ich nachfragte, ob er etwas suche. Daraufhin erhielt ich eine verbäufelnde Antwort: „Wir haben keinen eigenen Antrieb. Wir werden nur vom Wind getrieben. Runter gehen können wir nur an ganz bestimmten Stellen und deshalb muss ich rechtzeitig nach geeigneten Landeplätzen Ausschau halten. Wissen Sie, die ganze Ballonfahrt ist eigentlich nur die Vorbereitung auf die Landung.“ Faszinierend, denn mit dem Verkaufsgespräch ist es nichts anderes. Das ganze Gespräch ist ein Zusteuern auf den Abschluss. Fast genauso verbäufelnd ist möglicherweise die nächste Er-

Setzen Sie einfach voraus, dass der Kunde kaufen wird. Bauen Sie eine Erwartungshaltung auf, die keinen Zweifel daran lässt, dass Sie am Ende des Verkaufsgesprächs einen Auftrag notieren werden. Spitzenverkäufer haben die geistige Grundeinstellung, dass jeder Kunde mit dem sie sich unterhalten, auch ein Käufer wird. Dabei interessiert sie auch eine mögliche, anfänglich totale Ablehnung nicht im Geringsten. Im Gegen-

lassen, dass Sie heute (!) mit dem Kunden einen Deal machen. Setzen Sie einfach voraus, dass der Kunde kaufen wird. Bauen Sie eine Erwartungshaltung auf, die keinen Zweifel daran lässt, dass Sie am Ende des Verkaufsgesprächs einen Auftrag notieren werden. Spitzenverkäufer haben die geistige Grundeinstellung, dass jeder Kunde mit dem sie sich unterhalten, auch ein Käufer wird. Dabei interessiert sie auch eine mögliche, anfänglich totale Ablehnung nicht im Geringsten. Im Gegen-