



Einwandfrei

→ **AKQUISE** Aktives Verkaufen wäre eine schöne Sache – wenn da nicht die Einwände der Kunden wären. Aktives Verkaufen ist eine schöne Sache – wenn man die richtigen Antworten auf die Einwände der Kunden parat hat! Hier gibt es fünf schlagfertige Konter von Marketing-Experte Matthias Eigel, die Ihre Akquise nach vorn bringen.



→ Matthias Eigel
Kaleidoskop
Marketing-Service

»Akquisegespräche können richtig Spaß machen – wenn man weiß, wie man die häufigsten Einwände einfach aushebelt.«

Nicht jeder ist ein geborener Verkäufer – vor allem, wenn es um Kaltakquise geht. Was, wenn der Angesprochene einen sofort abwiegeln will? Was, wenn er sich in keiner Weise willig zeigt, einem zuzuhören? Nehmen Sie die Hürden, die Ihr Gesprächspartner aufbaut, sportlich: Kontern Sie schlagfertig. Das gilt besonders für die fünf häufigsten Standardsätze, die Menschen benutzen, um einen ganz schnell wieder loszuwerden. Die gilt es zu knacken. Und zwar so, dass gerade aus diesen vermeintlichen Sackgassen ein fruchtbares Gespräch entsteht. Probieren Sie's aus, es ist leichter, als Sie denken!

Matthias Eigel,
Kaleidoskop Marketing-Service

Einwand »Nein danke, kein Interesse.«

Auch diese Entgegnung ist kein »Rauschmeißer«, wenn sie den Einwand richtig zu packen wissen und Ihr Hauptverkaufsargument in die Waagschale werfen. Mit diesem Konter machen Sie »kein Interesse« zum Auftakt für eine erfreuliche Gesprächsfortsetzung:

Konter

»Einmal abgesehen davon, dass Sie gerade wenig Interesse haben, ist eines sicher interessant für Sie: Malerarbeiten, die praktisch schmutzfrei für Sie ablaufen. Wir sind die einzigen Maler weit und breit, die dafür folgende Schutzmaßnahmen einsetzen: (...) Ist das interessant für Sie?«

Einwand

»Wir haben keinen Bedarf.«

Verfallen Sie hierdurch nicht in Schreckstarre. Bleiben Sie selbstbewusst, versetzen Sie sich in den Kunden und erwidern Sie gute Argumente – solche, die den Gesprächspartner neugierig machen und die genau Ihre Stärken in den Vordergrund stellen:

Konter

»Schön, dass Sie derzeit keinen Bedarf an gewöhnlichen Malerleistungen haben. Doch gewiss wünschen Sie sich für die Zukunft Malerleistungen, die außergewöhnlich sind, wenn ich Ihnen zwei Beispiele geben darf...«

Einwand »Wir haben schon einen guten Maler.«

Ja, was soll man da erwidern, ohne sich selbst über Gebühr zu beweihräuchern oder gar den Kollegen schlecht zu machen? Versuchen Sie es mit einer humorigen Einleitung und schließen Sie dann die Gründe an, die für Sie sprechen:

Konter

»Sie wissen ja, Herr Mustermann, was schon Voltaire gesagt hat: Das Bessere ist der Feind des Guten! Unsere Kunden finden am besten an uns, dass wir (...) Wie gefällt Ihnen das?«

Einwand »Schicken Sie mir erst mal Ihre Unterlagen.«

Das ist ein Einwand, der als Zuckerbrot daherkommt: Der Gesprächspartner macht eine Konzession an Sie – doch in den meisten Fällen nur, um Sie damit höflich loszuwerden. Spielen Sie das Spiel mit. Zu Ihren Regeln, mit dem Ziel vor Augen, mit dem Gegenüber im Gespräch zu bleiben und wertvolle Bonuspunkte zu sammeln. Alternativ sind denkbar:

Konter

»Sehr gern! Ich sende Ihnen die Unterlagen gleich zu. Wir haben diverse Broschüren, Prospekte und Projektdarstellungen. Um herauszufinden, was wirklich interessant für Sie ist, habe ich folgende Fragen an Sie...«
oder
»Wir verschicken ganz bewusst keine Papierunterlagen, weil uns das persönliche Kundengespräch wichtig ist, in dem wir genau Ihre Fragen klären können. Deshalb sind unsere Auftraggeber auch so zufrieden mit uns. Gern bringe ich Ihnen einige Informationen zu unserem persönlichen Gespräch mit. Wann haben Sie in den kommenden zwei Wochen eine halbe Stunde Zeit?«

MATTHIAS EIGEL

Matthias Eigel ist Werbefachmann mit Maler- und Marketingausbildung. Seine Agentur Kaleidoskop Marketing-Service GmbH berät fachkundig Handwerksunternehmen in allen Marketingfragen. Der Diplom-Betriebswirt (Studienbereich Handwerk) weiß genau, wie es im Arbeitsalltag seiner Kunden aussieht, ist Dozent an der Dualen Hochschule in Stuttgart und erfolgreich als Kundenjäger für dutzende Betriebe bundesweit tätig.



»Ich habe keine Zeit.«

Alle Standardeinwände, die Ihre Gesprächspartner vorbringen, sind Schutzbehauptungen, um ganz schnell aus dem Gespräch mit Ihnen herauszukommen. Denn zunächst sind Sie ja nur ein Störfaktor in deren Tagesablauf. Aber seien Sie sicher: Sobald Sie und Ihr Angebot sich als Nutzen-, Spaß- oder Sympathiefaktor für Ihr Gegenüber erweisen, kommen Sie ins Gespräch. Hebeln Sie daher gleich am Anfang den Klassiker unter den Kommunikations-Stoppschildern »Ich habe keine Zeit« mit Service-Haltung und Humor aus. Zum Beispiel so:

Einwand

Konter

»Sie haben gerade keine Zeit, das verstehe ich, sicher haben Sie noch jede Menge zu tun. Wann passt es Ihnen besser als heute?« oder »Ich verstehe, dass Sie keine Zeit haben. Doch wie wäre es, wenn wir uns Zeit nehmen für ein Gespräch, das Ihnen in Zukunft bei Ihren Malerarbeiten ganz viel Zeit spart?«

DAVON PROFITIEREN IHRE KUNDEN

Guten Eindruck hinterlassen

Wenn ein Unbekannter Ihnen etwas verkaufen will, machen die meisten Gesprächspartner zunächst dicht. Doch es ist längst nicht so, dass ein gut vorbereitetes Akquisegespräch nur dem Kundenwerber nützt:

■ Viele Kunden sind noch immer auf der Suche nach dem Malerbetrieb, der genau zu ihnen passt. Und höchstwahrscheinlich ist unter 20 Menschen, die Sie aktiv ansprechen, genau so jemand.

■ Der mögliche neue Kunde kann sich im direkten Gespräch gleich ein Bild davon machen, ob die Chemie zwischen Ihnen und ihm stimmt.

■ Selbst wenn es nicht direkt zu einer Zusammenarbeit kommt: Kunden erinnern sich gern an sympathische Gespräche und greifen im Bedarfsfall auf den Betrieb zurück, der sich schon einmal persönlich vorgestellt hat.