

Umberto Saxer

Einwand-frei verkaufen

21 Techniken, um alle Einwände wirksam
und flexibel zu behandeln

REDLINE | VERLAG

© des Titels »Einwand-frei verkaufen« (ISBN 978-3-86881-009-7)
2009 by Redline Verlag, FinanzBuch Verlag GmbH, München
Nähere Informationen unter: <http://www.redline-verlag.de>

Die Vorbereitung auf die häufigsten Einwände

Jeder Pilot übt immer wieder den Notfall. Ein plötzlicher Motorausfall, Funkstörung, Nebel oder einen Instrumentendefekt – in diesem Moment darf ein Pilot nicht mehr überlegen müssen, wie er reagieren soll, er muss sofort eingreifen und handeln. Zeit kostet vielleicht sein Leben und das seiner Crew und der Passagiere. Daher ist jeder Pilot bestens auf alle diese Fälle vorbereitet, er weiß genau, was zu tun ist, egal, welche Situation eintritt. Ähnlich verhält sich dies bei Einwänden Ihres Kunden.

Ein erfolgreicher Feldherr sagte einmal: Der Krieg wird nicht auf dem Schlachtfeld entschieden, sondern in der Vorbereitung – indem wir uns auf den Gegner einstellen und bereit sind für sämtliche Varianten. So verhält es sich auch mit den Kunden. Nur sprechen wir hier natürlich nicht von Gegnern und Angriffen, sondern von Kunden, Freunden, Partnern und deren Bedenken und Einwänden. Achten Sie darauf, dass Sie sich nicht gegen den Kunden stellen, sondern mit ihm gemeinsam eine Lösung suchen und ihm bei seinen Bedenken helfen.

Erfolgreiche Verkäufer wissen, welche Einwände die Kunden vorbringen werden und sind darauf vorbereitet. Wir haben festgestellt, dass es beim Verkaufen selten mehr als zehn verschiedene Einwände gibt. Das Gleiche gilt auch für das Vereinbaren von Terminen am Telefon. Wenn Sie sich jetzt die zehn Einwände aufschreiben, die Ihnen im Verkaufsgespräch begegnen und zusätzlich die zehn Einwände, die Sie am häufigsten bei der Terminvereinbarung hören, dann schaffen Sie sich eine sehr gute Ausgangslage für eine große Erfolgssteigerung im Verkauf!

Meine Einwände beim Verkaufen	
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	

Tipp: Ich empfehle Ihnen, zu jedem Einwand mindestens drei Möglichkeiten aufzuschreiben, wie Sie ihn behandeln können. Achten Sie unbedingt darauf, dass Sie dabei flexibel bleiben! Sie lernen im Verlauf dieses Buchs 21 Möglichkeiten, mit denen Sie flexibel die Antworten für Ihre Einwände auflisten können. Die große Flexibilität, die Sie dadurch gewinnen, wird Sie um Welten von Ihren Mitbewerbern abheben.

Meine Einwände beim Vereinbaren von Terminen	
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	

7.	
8.	
9.	
10.	

Tipp: Teilweise hören Sie bei der Terminvereinbarung die gleichen Einwände wie beim Verkaufen. Schreiben Sie diese ruhig noch einmal auf. Denn die Beantwortung ist meistens unterschiedlich. Mit diesem Buch erhalten Sie gute Werkzeuge, wie Sie die aufgeschriebenen Einwände mit 21 verschiedenen Methoden behandeln können. Daraus können Sie Ihr persönliches Einwandbehandlungsskript erstellen.

In den folgenden zwei Listen sehen Sie die häufigsten Einwände, die wir immer wieder von Seminarteilnehmern hören. Die meisten dieser aufgeführten Einwände werden in diesem Buch behandelt. Sie helfen Ihnen beim Erstellen Ihrer eigenen Einwandliste.

Einwände im Verkaufsgespräch:

„Zu teuer.“

„Ich habe kein Geld.“

„Kein Budget dafür eingeplant.“

„Keine Zeit.“

„Ich muss das mit dem Partner/Chef/ ... besprechen.“

„Kein Interesse.“

„Das habe ich bis jetzt immer so gemacht.“

„Ich bin eingedeckt, habe genügend ...“/„Mein Lager ist noch voll.“

„Wir brauchen nichts.“

„Das kaufen wir bei anderen ein.“ – „Habe meine Lieferanten.“

„Ich darf keinen Wein trinken.“

„Das sagen alle.“

„Ich muss nochmals darüber schlafen.“

„Ich glaube nicht an die Qualität.“

„Sie haben mich noch nicht überzeugt.“

„Das ist ja aus Plastik.“

„Ich kann das nicht, da ich kein Verkäufertyp bin.“

Einwände bei der Terminvereinbarung:

„Ich habe schon meine Lieferanten.“

„Ich habe keine Zeit.“

„Schicken Sie mir die Unterlagen/Prospekte zu.“

„Sie wollen mir doch nur was verkaufen.“

„Ich habe das schon und bin bestens bedient.“

„Kein Interesse.“

„Rufen Sie mich in drei Monaten wieder an.“

„Wir arbeiten nur mit Unternehmen, die mit uns Gegengeschäfte machen.“

„Es war jemand erst vor kurzer Zeit hier.“

Klar: Warum unterscheiden Sie zwischen Einwänden bei der Terminvereinbarung und direkt im Verkauf?

Saxer: Die gleichen Einwände werden teilweise unterschiedlich behandelt.

Bei der Terminabsprache geht es darum, möglichst schnell eine Gelegenheit zum Gespräch zu erhalten. Sie müssen in diesem Fall, nachdem Sie einen Einwand behandelt haben, immer direkt eine Kont-

rollfrage stellen oder einen Terminvorschlag machen. Zum Beispiel: „Damit Sie das überprüfen können, passt es Ihnen besser am kommenden Mittwoch um 17 Uhr oder ist es Ihnen lieber Anfang übernächster Woche?“

Im persönlichen Verkaufsgespräch haben Sie bei der Einwandbehandlung mehr Zeit, und die Zielsetzung geht auch nicht immer sofort Richtung Abschluss.

Der Einwand „zu teuer“

Klar: Umberto, wie können wir den Einwand „Es ist zu teuer“ behandeln?

Saxer: Es gibt sehr viele Möglichkeiten, wie man diesen Einwand behandeln kann. Sie können davon ausgehen, dass alle gut sind. Jedoch funktioniert nicht jede Einwandtechnik in jeder Situation gleich gut. Welche jeweils die Richtige ist, hängt stark von Ihnen und der jeweiligen Situation ab. Schlechte Verkäufer kennen in der Regel nur eine oder zwei Einwandbehandlungstechniken. Auf einen Einwand argumentieren sie häufig einfach, ohne den Kunden richtig wahrzunehmen.

Gute Verkäufer verfügen hingegen über viele verschiedene Einwandbehandlungstechniken. Je besser ein Verkäufer ist, desto variantenreicher und angepasster ist seine Einwandbehandlung. Mit anderen Worten: Wenn Sie noch variantenreicher in der Einwandbehandlung werden, haben Sie in Zukunft mehr Spaß am Verkaufen und dementsprechend bessere Resultate.

Gemeinsam nehmen wir im Folgenden nun 21 kybernetische Möglichkeiten durch, wie Sie den Einwand „zu teuer“ und alle übrigen Einwände behandeln können. Wahrscheinlich werden Sie im Verlauf manchmal denken, dass diese Methodik für Sie nicht geeignet ist. Wenn Sie das befürchten, besteht die große Gefahr, dass Sie nicht mehr kreativ sind und Sie sich nicht mehr vorstellen können, wie es doch gehen könnte.

Die Gedanken „Das geht bei mir nicht“, „Das ist bei mir anders“, „Ich habe andere Kunden“ sind schnell gedacht, und der Lerneffekt ist dahin. Hinter jedem „Das geht nicht“ steckt meist ein sehr großes Potenzial für Sie als Verkäufer. Die Gedanken, wie etwas gehen könnte, sind viel anspruchsvoller. Mit diesen Gedanken werden Sie neue Lösungen finden und sich stetig verbessern.

Das bedeutet jedoch nicht, dass jede neue Lösung, die Sie in diesem Buch finden, von vornherein grundsätzlich einwandfrei funktionieren wird. Manchmal wird es hervorragend klappen, und Sie werden Resultate erzielen, die Sie einfach überwältigen. Manchmal werden Sie jedoch auch in eine Sackgasse geraten. Wenn das passiert, gebe ich Ihnen den Tipp, dankbar dafür zu sein, denn hier eröffnet sich Ihnen die Chance, enorm zu lernen! Hierfür ist es jedoch wichtig, dass Sie sich nicht überlegen: „Warum ist dies nicht gegangen?“ Denken Sie stattdessen über folgende Fragestellungen nach:

„Wie hätte es gehen können?“

„Wie wäre es gegangen?“

„Was hätte ich tun können, damit es geklappt hätte?“

„Was tue ich das nächste Mal, damit es geht?“

„Was muss ich noch verbessern?“

Auch die 21 kybernetischen Einwandtechniken sind nicht entstanden, weil wir immer Erfolg hatten, sondern weil wir auch immer wieder scheitern und nach neuen Lösungen suchen müssen. Dabei entwickeln wir regelmäßig neue Techniken und testen diese. Diese Tests laufen manchmal auch schief, und unsere Gesprächspartner werden vielleicht denken: „O je, ist das ein schlechter Verkäufer.“ Das macht uns jedoch nichts aus, denn es ist nicht wichtig, dass wir immer gut dastehen. Viel wichtiger ist es, dass wir uns stetig weiterentwickeln. Und das können wir nur, wenn wir bereit sind, auch schlechte Gespräche in Kauf zu nehmen, damit wir wieder daraus lernen können und das nächste Gespräch besser machen.