

Verkaufen ist (k)ein Kindergeburtstag

Das Verkaufspersonal erfährt durch gezielte Fragen die Bedürfnisse der Kunden und schafft Vertrauen

PraxisTipp

- ▶ Der Kunde redet, die Verkäuferin hört zu: Reden ist Silber, Schweigen und Zuhören sind Gold.
- ▶ Das oberste Gebot lautet: Fragen ist die Grundvoraussetzung für aktives Zuhören.
- ▶ Im Kundendialog nicht mit Aussagen arbeiten, sondern mit Fragen, die konkret auf die Kundenantworten eingehen.
- ▶ Die Äußerungen des Kunden mit eigenen Worten wiederholen – das animiert den Kunden zum (Weiter-)Reden.

Von Volker Maihoff

Eine Faustregel besagt, dass im Kundengespräch 60 bis 70 Prozent des Redeanteils auf den Kunden und nur 30 bis 40 Prozent auf den Mitarbeiter entfallen sollten.

Oft jedoch ist es eher umgekehrt, etwa dann, wenn der Kunde nicht so richtig weiß, was er möchte.

Häufig erliegen Verkäuferinnen dann der Versuchung, mit Detailwissen zu beeindrucken. Besser aber ist es, genau zuzuhören und Fragen zu stellen.

Nicht von sich selbst auf die Kunden schließen

Eine Kundin betritt die Bäckerei. Nächste Woche findet bei ihr ein Kindergeburtstag statt. Sie überlegt, was sie den Gästen des Sohnes anbieten kann. Wichtig ist ihr auch, da die Kinder irgendwann von den Eltern

abgeholt werden, dass sie den Eltern ebenfalls etwas anbieten kann.

Gefahr, konsequent am Kunden vorbeizureden

Von all dem weiß die Verkäuferin nichts, sie hört nur „Kindergeburtstag“. Sie ist selbst Mutter – und jetzt voll in ihrem Element. „Bei unserer letzten Kinderparty ist die Rotkäppchen-Kindergeburtstagsortklasse angekommen, und erst die Dekoration mit Schokoküssen und Gummibärchen, Sie könnten also ...“

Keine Frage: Die Verkäuferin meint es gut. Allerdings droht die Gefahr, dass sie an den Bedürfnissen des Kunden konsequent vorbei redet. Besser ist es, sich von der eigenen Vorstellungswelt – der letzten Kinderparty – zu verabschieden und der Kundin einige knappe Fragen zu stellen und genau zuzuhören.

Fragen grenzen Wünsche ein

In der Praxis könnte sich das so anhören: „Wie viele Kinder erwarten Sie? Haben Sie bei der Geburtstagsorte bestimmte Vorstellungen? Ach, Ihr Sohn möchte keine Torte, sondern Muffins. Wie alt wird er denn? Wenn einige Kinder keine Schokolade essen dürfen und allergisch darauf reagieren, können Sie welche mit Früchten nehmen. Für die Eltern, die ihre Kinder abholen, empfiehlt es sich vielleicht den Klassiker, belegte Brötchen, anzubieten. Wissen Sie, wie in Ihrem Bekanntenkreis Snacks oder Cupcakes ankommen?“

Verkäuferinnen müssen das Zuhören trainieren

Entscheidend ist das empathische Sich-Hineinversetzen in die Vorstellungswelt des Kunden. Es geht nicht um die eigene Kinderparty, sondern um die der Kundin.

Insbesondere in schwierigen Gesprächssituationen, wie etwa dem Beschwerdegespräch, ist es wichtig, von sich selbst abzusehen und die Aufmerksamkeit dem Kunden zuzuwenden.

Nachfragen schaffen Klarheit

„Es liegt in der Verantwortung der Führungskräfte, dafür zu sorgen, dass die Mitarbeiter in der Bäckerei ihre Zuhörfähigkeit



Was möchte der Kunde konkret? Nachfragen und genau zuhören ist im Verkauf besser, als sich von eigenen Vorstellungen leiten zu lassen. Foto: Fotolia

trainieren und ihre Zuhörkompetenz steigern“, meint Eckhardt Schütz, Geschäftsführer der Steiskal Bäckerei bei Kiel.

In dem Beispiel erfährt die Verkäuferin mithilfe ihrer Fragen und des aktiven Zuhörens, dass es sich bei dem Geburtstagskind um einen Sohn handelt, der Muffins bevorzugt, einige Allergiker mitfeiern und überdies die Eltern verköstigt werden sollen.

Indem sie konkret nachfragt und Kundenäußerungen umschreibt oder zusammenfasst – „Habe ich Sie richtig verstanden, die Muffins sollen quasi die Stars des Tages sein?“ –, kann sie kundenorientierte und bedarfsgerechte Vorschläge unterbreiten.

Vertrauen aufbauen

Zudem erfährt sie, wie alt der Sohn wird. Diese Information nutzt sie, um ein Vertrauensverhältnis aufzubauen: Die Kundin fühlt sich ernst genommen, sie merkt, dass die Verkäuferin ihr zuhört und sich auf sie und ihre Wünsche konzentriert.

Und sie nutzt sie für eine weitere Frage: „Neun Jahre, wollen Sie die Zahl ‚9‘ irgendwie bei den Muffins integrieren?“

Die Chance, dass die Kundin das Gefühl hat, sie sei für die Verkäuferin im Moment „der wichtigste Mensch auf der Welt“ – oder zumindest die wichtigste Kundin – ist groß. Und das vor allem, weil die Verkäuferin weiß, wie entscheidend es für die Beziehung zu Kunden ist, aufmerksam zuzuhören.

@ abz@matthaes.de

Der Autor



Volker Maihoff

hat sich als Verkaufs-/Führungskräftecoach und Business Coach auf die Themen Vertriebsstrategie, Verkaufstraining und Mitarbeiterführung spezialisiert. www.maihoff.de

Anzeige

Der Spezialist für den kompletten Backstubenbau
Kompetenz in Planung und Ausführung durch über 100 gebaute Bäckereien.

Individueller stützenfreier Grundriss.
Massivbau mit glatten Innenwänden und wartungsfreien Fassaden.
Alles schlüsselfertig zum Festpreis.

DIETRICH FERTIGBAU
Hans Dietrich Fertigbau GmbH und Co. KG • Hermannstraße 2 • 33189 Schlagen
Telefon (0 52 52) 98 76 30 • Telefax (0 52 52) 98 76 50 • www.dietrich-fertigbau.de