



### Begrüßen Sie die Einwände Ihres Kunden!

- ▶ Betrachten Sie Einwände als Beginn des Kunden, sich ernsthaft mit Ihrem Angebot zu beschäftigen.
- ▶ So lange der Kunde keine Einwände formuliert, ist das, was Sie ihm erzählen für ihn neutral.
- ▶ Erst wenn er beginnt, Einwände zu äußern, wägt er ab, ob und wie Ihr Angebot zu seinen Erwartungen passt.
- ▶ Die wenigsten Kunden fragen analytisch, die meisten verpacken ihre Fragen in Einwände. „Ich glaube nicht, dass Ihr Service unseren Vorstellungen entspricht.“ Das kann übersetzt bedeuten: „Bitte geben Sie mir Argumente, die mich davon überzeugen, dass Ihr Service gut ist.“
- ▶ Das bedeutet: Einwände des Kunden sind in der Mehrzahl keine Widerstände, sondern anders formulierte Fragen.
- ▶ Viele Verkäufer verwenden technische Begriffe, die der Kunde missverständlich interpretiert. Sprechen Sie spezifisch: „Ihr Output kann bis zu 25% gesteigert werden.“ Statt: „Wir haben eine hohe Geschwindigkeit.“
- ▶ Bevor Sie einen Einwand entkräften: Erst die Gedankengänge des Kunden verstehen lernen.

**Ihr Kunde kauft nicht, weil Ihr Angebot 20 Vorteile bietet. Er kauft dann, wenn er die 3 für ihn entscheidenden Nutzen erkennt.**

### Auch darum kauft Ihr Kunde:

- ▶ Er vertraut Ihnen.
- ▶ Er glaubt, dass Sie ihn besser verstehen, als der Wettbewerbsverkäufer.
- ▶ Er kann Sie immer schnell erreichen, wenn er ein Problem hat.
- ▶ Sie sparen ihm Arbeit und Aufwand.
- ▶ Mit Ihnen kann er offen reden.
- ▶ Ihre Betreuung hilft ihm, seine Position, seinen Einfluss im Unternehmen abzusichern oder sogar auszubauen.

***Nur eine Unternehmenskultur, die Mitarbeiter ermutigt, Neues und Ungewohntes zu probieren, Erfolge honoriert statt nur Fehler zu bestrafen, wird die Zukunft meistern!***