



# Verkaufstrainer

Oktober 2007

**Guten Tag,**

*Im vorherigen Teil der Mobile-Serie „Kunden im Fokus“ haben Sie einen Überblick über den Verkaufsprozess erhalten. Die erste Phase – die Orientierungsphase – müssen Sie nutzen, um das Interesse des Kunden auf Ihr Unternehmen zu leiten. Erst dann wird er sich dafür interessieren und bestenfalls Ihre Ausstellung besuchen.*

[Hier können Sie testen, wie gut Sie die Kontaktphase nutzen!](#)

## **Der nächste Schritt – die Kontaktphase**

In diesem Moment beginnt die zweite Phase des Verkaufens, die Kontaktphase. Ein Sprichwort sagt: „Es gibt keine zweite Chance für den ersten Eindruck“, deshalb muss dieser perfekt sein. Nach einer (unverzöglichen) herzlichen Begrüßung sollte der Verkäufer unverbindlich eine Beratung anbieten.

Entscheidet sich der Interessent zunächst für einen Rundgang in der Ausstellung, sollte der Berater ihn ungestört „stöbern“ lassen um ihn dann nach einer angemessenen Zeit erneut anzusprechen. Der potenzielle Kunde fühlt sich dadurch ernst genommen und in seinen Wünschen respektiert – eine gute Voraussetzung für die nun folgende Bedarfsanalyse.

Es geht in dieser Phase darum, die Situation des Kunden zu klären und – wie der Name schon sagt – den Bedarf zu erkunden – mit allen Wünschen, Motiven und Werten, die für die Auswahl der Produkte und der Dienstleistungen notwendig sind. Der strategisch denkende Verkäufer stellt sich immer zwei Fragen: „Was will der Kunde?“ Und: „Wieso will er das?“ Und nun wird es spannend.

Verkäufer, die sich die zweite Frage immer wieder stellen, erhalten aus jedem Verkaufsgespräch viel wertvollere Informationen. Das sind alle Zahlen, Daten und Fakten die der Verkäufer benötigt um erfolgreich verkaufen zu können. Den aktuellen Bedarf des Kunden in einen Auftrag umzuwandeln ist schon eine stolze Leistung. Doch wahre Spitzenleistungen im Verkauf entstehen durch die Beantwortung der zweiten Frage: „Wieso will der Kunde das, was er will?“ Natürlich sind auch hier wieder Zahlen, Daten und Fakten die Grundlage. Viel wichtiger sind aber die so genannten emotionalen Informationen im Verkaufsgespräch: Erfährt der Verkäufer zum Beispiel, dass der Kunde sein Dachgeschoss in eine Wohnung umbaut und er merkt, dass der Bauherr ein Mensch mit einem starken Sicherheitsbedürfnis ist, ergeben sich nach diesem Gespräch automatisch etliche weitere

Verkaufschancen. Der Verkäufer muss es nur bemerken und sie zum richtigen Zeitpunkt wieder aufgreifen.

Und das ist der entscheidende Punkt: Es geht nicht darum, wie viele Fragen Sie stellen sondern dass Sie die richtigen Informationen erhalten. Wer Informationen will, muss zuhören können! Das ist nicht so einfach. Erinnern Sie sich an das Spiel "Stille Post"? Dieses Spiel spielen wir im Verkauf leider allzu oft: Wir hören eine Aussage und schon verselbstständigen sich unsere Gedanken und wir verstehen unsere Kunden nicht wirklich. Wen wundert es da noch, wenn so viele Gespräche im Sande verlaufen?

Geben Sie Ihrem Gegenüber die Möglichkeit, sich mitzuteilen. Hören Sie aufmerksam zu und gehen Sie intensiv auf ihn ein. Denn bis jetzt ist er ein Interessent. Ihr erster Kontakt entscheidet darüber, ob er zum Kunden wird!

*Im nächsten Teil der Serie „Kunden im Fokus“ erfahren Sie mehr über die Kontaktphase und wie Sie diese nutzen können um die Interessen Ihres Unternehmens zu vertreten.*

**Mit freundlichen Grüßen,  
das Mobile-Team**