

Sich und den Kunden achten

Kein Verkäufer muss sich für seinen Erfolg verbiegen. Der Schlüsselbegriff lautet Achtsamkeit.



Das Bild vom König Kunden hat ausgedient und ist dem Verkaufen auf Augenhöhe gewichen. In der Praxis sind allerdings Kunde und Verkäufer nicht immer gleichwertige Gesprächspartner, die sich gegenseitig achten und wertschätzen: „Achtsamkeit beginnt bei sich selbst“, erklärt Business-Coach Christina Kropp. „Nur wer sich seiner selbst bewusst ist und seine eigenen Bedürfnisse achtet, der kann auch die des Gegenübers wahrnehmen und wertschätzen.“

Sich selbst außen vor zu lassen und sich auf den Kunden allein zu konzentrieren, hält sie – im Gegensatz zu so mancher Empfehlung – für einen Fehler: „Dies führt sogar dazu, dass man seine eigenen Vorstellungen unbewusst auf den anderen projiziert und ihn damit gleichsetzt. Mit anderen Worten: Man geht davon aus, dass der andere genau die gleichen Bedürfnisse hat wie man selbst und empfiehlt ihm nur das, was man selbst gut findet – ohne zu wissen, was die Beweggründe und Motive des Kunden tatsächlich sind.“

Bei sich selbst anfangen

Ein erster Schritt zum achtsamen Verkaufen besteht deshalb darin, sich über die eigenen Motive klar zu werden. „Dabei sollte man sich ruhig fragen, warum man seinen Job eigentlich macht“, so Kropp: „Ist man Verkäufer, weil

man viel Geld verdienen will, um sich einen bestimmten Lebensstil leisten zu können? Wodurch wird man angetrieben? Welches ist der persönliche Verkaufsstil – bevorzugt man zum Beispiel ruhige Einzelgespräche mit Kunden oder genießt man es, vor einem größeren Publikum im Rampenlicht zu stehen?“ Dabei gehe es keinesfalls darum, die Antworten zu bewerten, betont die Expertin. Vielmehr sei das Nicht-Bewerten ein wichtiger Teil von Achtsamkeit und ermögliche es, sich für die Bedürfnisse des Gesprächspartners zu öffnen.

Passende Lösungen finden

„Gerade die Bipolarität ist die treibende Kraft der Kaufmotivation, also zum Beispiel Risikofreude versus Sicherheitsbedürfnis. Sie macht das Verkaufen interessant“, sagt Kropp. „Indem man auf Bewertungen verzichtet und einfach nur anhand von Fragen herausfindet, was den Gesprächspartner motiviert, fällt es deutlich leichter, passende Lösungen zu finden.“ Nicht zuletzt hilft Achtsamkeit, Vorurteile und persönliche Aversionen abzubauen: „Wenn ich zum Beispiel erkenne, dass jemand ein hohes Statusbedürfnis hat, kann ich dem Kunden, ohne ihn zu bewerten, einen exklusiven Deal, etwas Besonderes anbieten, das andere nicht haben. Er wird begeistert zugreifen.“ <

Einwandbehandlung: So geht's richtig!

Die Reaktion auf einen Einwand kann über Erfolg oder Misserfolg entscheiden.

„Ja, aber ...“ – das ist eine der häufigsten Reaktionen eines Verkäufers auf den Einwand oder die Kritik eines Kunden. Dabei ist diese Formulierung ein Widerspruch in sich. Für den komplett falschen Weg hält dieses Vorgehen auch Rhetorik-Trainer Wolfgang Seidler. Besser sei ein positiver Impuls für den weiteren Verlauf des Gesprächs.

Er rät deshalb, ganz offen auf den Einwand des Kunden einzugehen und seinen Standpunkt gleichberechtigt neben dem eigenen Argument stehen zu lassen. Eine geschickte rhetorische Formulierung: „Das ist vollkommen richtig. Auf der anderen Seite besteht die Möglichkeit, Produkt X mit Servicepaket Y zu kombinieren. Aus diesem Grund empfehle ich Ihnen ...“ <