



Checkliste gegen die Angst vor einem NEIN

In Anlehnung an Hans Eicher (Porsche Austria), Der Verkaufs-Alchemist

1. Triff keine negativen Annahmen über einen Kunden und sein Verhalten. Achtung: Gefahr der "Sich selbst erfüllenden Prophezeiung"!
2. Wenn ein Kunde schwer einzuschätzen ist, bleib im Zweifelsfall neutral in deinen Annahmen, was die Beurteilung seines Verhaltens und seiner Kaufabsichten anbelangt!
3. Sei dir im Klaren darüber, dass Kunden kaufen wollen, anderenfalls würden sie mit dir kein Gespräch führen! Schließlich hat sie ihre Kaufabsicht zu dir geführt - oder dich zu ihnen. Es liegt also grundsätzlich an dir, wo sie kaufen werden.
4. Du kannst zwar nicht jedes Geschäft abschließen, aber bei jedem, das abgeschlossen gehört, solltest du nicht zögern und die Abschlussfragen direkt und ohne Umwege stellen. Ansonsten verunsicherst du den Kunden, der darauf wartet, dass sie ihm gestellt werden, um das ganze unter Dach und Fach zu bringen.
5. Betreibe keine Ratespiele über mögliche Kaufsignale beim Kunden wenn du unsicher bist, sondern probiere es mit einem Probeabschluss, ob der richtige Zeitpunkt gekommen ist, um das Geschäft abzuschließen!
6. Wenn deine Kunden noch Einwände vor einem Abschluss haben, so unterstelle ihnen nicht, es könnten Vorwände sein! Nimm ihre Bedenken ernst und beantworte einfach ihre Fragen, die damit zum Ausdruck gebracht werden - auch wenn sie nicht direkt gestellt werden.
7. Deine Kunden spüren, wie sehr du dich für sie und ihre Kaufwünsche interessierst und wie gerne du deinen Beruf ausübst. Kunden mögen das und es erhöht beträchtlich die Chancen, dass sie bei dir kaufen. Dadurch löst du das erste innere ja bei ihnen aus, welches entscheidend sein kann.
8. Geschäfte mit reinen Rabatt-Jägern solltest du lieber anderen überlassen, weil kein Gewinn für das Unternehmen übrig bleibt! Ihr Nein sollte dich daher freuen. Vergeude also keine Zeit mit ihnen, denn es warten genug andere auf ein Gespräch mit dir, die deine Leistungen zu schätzen wissen und die aus Erfahrung wissen, dass billig gekauft oft teuer gekauft ist.
9. Einkäufer in Unternehmen sind Menschen wie jeder andere auch. Gerade sie wissen es zu schätzen, mit Vollprofis im Verkauf zusammenzuarbeiten. Verhalte dich ihnen gegenüber daher grundsätzlich nicht anders, als du es auch bei anderen Menschen tust!
10. Unsicherheit bei Dir überträgt sich auf deinen Kunden. Mache dir immer wieder bewusst, dass die Angst vor einem Nein, gar nicht so selten die eigentliche Ursache für das tatsächliche Nein des Kunden ist!

