

Wirkungsvoll zum Verkaufsabschluss gelangen.



Wie Top-Verkäufer in der Abschlussphase vorgehen und erfolgreich sind.

Der Verkaufsabschluss wird von vielen Verkäufern als schwierig und für den erhofften Erfolg sogar als bedrohlich empfunden. Er entwickelt sich damit zum heikelsten Punkt im Verkaufszyklus.

Im Vorfeld war alles mehr oder weniger unverbindlich. Es fanden Gespräche in angenehmer Atmosphäre statt, oft verbunden mit einer Tasse Kaffee. Natürlich wurde auch die geschäftliche Seite bis hin zum Angebot besprochen.

Doch jetzt – das Angebot hat der Kunde inzwischen erhalten – geht es um die konkrete Entscheidung. Einige Tage sind bereits vergangen und der Kunde hat sich bis jetzt noch nicht gemeldet. Vielleicht hat der Verkäufer auch vergessen, mit dem Kunden eine feste Vereinbarung zu treffen, ob er in ein paar Tagen noch einmal anrufen darf – um aufkommende Fragen zu beantworten.

Je länger diese Kommunikationslücke dauert, desto intensiver wird die bange Frage beim Verkäufer *"Macht mein Kunde jetzt zum Ende hin einen Rückzieher? Habe ich die Entscheidungskriterien und Kaufmotive meines Kunden nicht richtig erkannt? Hat der Wettbewerber ein besseres Angebot abgegeben?"* Im Rückblick verschwimmt bei ihm oft auch, wie der bisherige Gesprächsverlauf mit dem Kunden realistisch einzuschätzen ist. *"Wie sicher ist es, dass ich den Vertragsabschluss tatsächlich erhalte?"*

Verkäufer programmieren sich mit solchen Gedanken negativ und ebnen so den Weg zum Misserfolg. Mit dieser mentalen Einstellung wird auch die Art und Weise, wie sie ihr Abschlussgespräch eröffnen, dafür sorgen, dass sie den erhofften Auftrag tatsächlich nicht erhalten.

Dabei gibt es einen einfachen und effektiven Weg, wie sie mehr Abschlüsse erzielen könnten. Das beginnt bereits in den ersten Sekunden mit dem, wie sie ihr Gespräch starten.

Ein Verkäufer – nennen wir ihn **Benno** hat seinem potenziellen Kunden nach intensiver Bedarfsanalyse eine maßgeschneiderte Lösung ausgearbeitet. Alle Fragen sind

geklärt. Der Nutzen für den Kunden ist offensichtlich. Auch der Preis ist verhandelt. Benno hat ihm vor ein paar Tagen ein Angebot zugesandt. Jetzt fehlt nur noch die Zustimmung des Kunden. Weshalb zaudert er noch? Die Entscheidung ist möglich und dennoch bleibt sie aus. Heute wird er ihn anrufen, um zum Abschluss zu kommen.

Drei von vier Vertriebsmitarbeitern machen bei ihren Abschlussgesprächen in ähnlichen Situationen gravierende Fehler, denn sie beginnen ihre Gespräche wie folgt:

"Oh hallo, - hier ist Peter W... von der Firma PulexCom. Ich rufe an, um auf mein Angebot zurückzukommen. Hatten Sie schon die Möglichkeit, es zu prüfen?"

Eine andere, ebenso schwache Eröffnung, die viele Vertriebsmitarbeiter verwenden, ist:

"Hallo, hier ist Peter W ... von der Firma PulexCom, wie geht es Ihnen? Gut, - ääh ich rufe nur an, um zu erfahren, ob Sie mein Angebot mit den Anlagen erhalten haben, das ich Ihnen zugeschickt habe?"

Warum ist das die schlechteste Art, ein Abschlussgespräch so zu beginnen?

Erstens gibt Peter W... die Initiative und Kontrolle an seinen potenziellen Kunden ab. Ist das sinnvoll?

Zweitens könnte sehr leicht passieren, dass er hingehalten oder vertröstet wird:
„Nein, ich hatte noch keine Zeit, rufen Sie mich doch nächste Woche nochmal an“

Benno gehört zu der kleinen Gruppe von Verkäufern, die solche oder ähnliche Einstiegsformulierungen *„Ich rufe nur an, um nachzufragen“* und *„Ich wollte nur sehen, ob Sie...“* für immer aus ihren Abschlussgesprächen verbannt hat.

Hier ist ein Beispiel dafür, wie er und ca. ¼ der Verkäufer – die Top-Verkäufer – ihre Abschlussgespräche beginnen.

„Guten Tag Herr Markmann – hier ist Benno Fink von der Firma PulexCom. Wissen Sie, ich habe mich darauf gefreut, mich wieder bei Ihnen zu melden und Sie mit unserem branchenweit führenden Produkt XP9 weiter vertraut zu machen. Ich weiß, dass Sie genauso glücklich und zufrieden sein werden, wie meine anderen Kunden es sind.

Ich vermute, dass Sie mein Angebot gleich geöffnet haben und bin mir sicher, dass Sie darin sehen, wie Ihnen die beiden Optionen „light“ und „premium“ bei Ihrer Suche nach schnelleren Ladesystemen helfen können. Meine Frage heute lautet: Möchten Sie mit unserem professionellen Paket „light“ beginnen, oder ist das Paket „premium“ besser für Sie geeignet?"

Jetzt ist Benno still und hört aufmerksam zu, was Herr Markmann zu sagen hat.

Worte besitzen eine gewaltige Macht. Jeder weiß das und dennoch wird diese Macht meist gar nicht oder nur halbherzig genutzt. Die Ergebnisse werden entsprechend klein sein – oder, wenn diese Macht wahrgenommen wird, sie zum Erfolg führen.

Warum wird die Vorgehensweise von Benno voraussichtlich gut funktionieren?

- Erstens bittet er sofort um den Abschluss (es ist immer wieder überraschend, wie viele Kunden sofort zum Kauf bereit sind)
- Zweitens beginnt das Gespräch mit einer positiven Grundstimmung.
- Drittens verhindert er, dass es zu einem Zögern und Aufschieben kommt.
- Und das Beste ist, dass er den potenziellen Kunden sofort dazu bringt zu sagen, wo er steht und was er denkt, und in welche Richtung Benno gehen muss, um den Verkauf abzuschließen.

Benno hat auf diese Weise niemals einen echten Käufer vergrault.

Diese Vorgehensweise mag zwar einfach erscheinen, ist aber sehr wirkungsvoll. Kein Verkäufer sollte sich scheuen, diese Technik beim Verkaufsabschluss anzuwenden. Sie wird nie einen echten Käufer abschrecken.

Dagegen werden möglicherweise die „Nicht-Käufer“ entlarvt, die vom Verkäufer viel zu viel Zeit in Anspruch nehmen und seine Energie vergeuden. Wer würde nicht gerne möglichst schnell und klar wissen wollen, wer ineffektive Energiefresser sind?

Top Verkäufer nutzen diesen Ansatz bei ihren Abschlussgesprächen – und sie haben noch ein paar weitere Praxistipps, die sie selbst anwenden, um ihre Erfolgsquote bei Verkaufsabschlüssen auf hohem Level zu halten:

Praxistipp 1

Der Abschluss beginnt bereits im ersten Gespräch mit einem neuen Interessenten. Top Verkäufer bauen schnell eine tragfähige Beziehung auf. Vertrauen und Akzeptanz sind die Komponenten für den ersten Baustein zum späteren Abschluss beim potenziellen Kunden. Viele weitere Bausteine werden bis zum Finale benötigt. Besonders hervorzuheben ist dabei der Baustein "Bedarfserkennung und -entwicklung. Top-Verkäufer wissen, wenn speziell dieser Baustein nicht tragfähig ist, dann wird es auch nicht zu einem Abschluss kommen.

Praxistipp 2

Top Verkäufer bringen sich vor dem Kundengespräch – egal ob telefonisch oder persönlich – mental in positive Abschlussstimmung. Sie planen einige Minuten zusätzlich für die gedankliche Einstimmung ein. Ihr Ziel dabei ist: *„Ich möchte zuversichtlich und selbstbewusst wirken und habe keinen Zweifel daran, dass der Abschluss jetzt zustande kommt.“* Diese Sicherheit verschafft auch dem Kunden die beruhigende Gewissheit, dass er eine gute Entscheidung treffen wird. Das erleichtert sein Entscheidungsverhalten, weil ihm der Verkäufer durch das spürbare Selbstvertrauen dabei hilft, Unsicherheitsgefühle abzubauen oder sogar ganz zu löschen.

Wichtig für den Top-Verkäufer ist, dass er Ruhe und Zuversicht in diese spannende Situation hineinbringen kann. Wie erreicht er das?

Er weiß, dass seine Gedanken, seine Haltung und seine innere Einstellung (Mindset) eine große Kraft besitzen. Deshalb investiert er einige wenige Minuten, schließt die Augen und nimmt alle Empfindungen seines Körpers wahr. Er ist sich all seiner Gedanken und Gefühle bewusst, ohne sie zu bewerten und konzentriert sich auf die Atmung. Er stellt sich nun vor, wie er wieder aus dem Büro des Kunden hinausgeht und den Kaufvertrag unterschrieben in seiner Tasche hat. Er hält diese Vision für ihn innerlich gut sichtbar einige Zeit. Danach geht er entschlossen, ruhig und entspannt in das Abschlussgespräch.

Praxistipp 3

Top-Verkäufer sprechen so zu den Kunden, als ob sie das Produkt, das verkauft werden soll, schon gekauft hätten. Dabei nutzen sie zwei verschiedene Wege – den emotionalen und den rationalen Weg.

Beim emotionalen Weg bauen sie positive Bilder auf, wie es sein wird, wenn das Produkt im Einsatz ist, wie es genossen werden kann, welcher Nutzen damit verbunden ist. Emotionale Bilder haben die Kraft, Gedanken zu verändern. Anstelle zu denken „*Soll ich kaufen oder soll ich nicht kaufen*“, wird jetzt darüber nachgedacht, wie sie es genießen werden, wenn sie es besitzen. Die positive bildhafte Sprache übt einen machtvollen Einfluss auf das Denken und die Entscheidungsfindung beim Kunden aus.

Bei der rationalen Vorgehensweise drücken sie eine gewisse Selbstverständlichkeit aus. Sie besprechen Details mit dem Kunden, die z. B. administrative Punkte der Lieferung betreffen (Verpackung, Transportweg etc.). Das reduziert die Unschlüssigkeit, die vielleicht vorherrscht. Wenn der Kunde diesen Dialog aktiv mitgestaltet, weiß der Top-Verkäufer, dass das Geschäft klar ist. Reagiert er aber zurückhaltend: „... *diese Punkte sind erst relevant, wenn wir uns entschieden haben* ...“, dann ist die Abschlussbereitschaft noch nicht soweit. Die gute Nachricht dabei: jetzt kann sich der Verkäufer auf die Themen konzentrieren, die noch die Barriere ausmachen.

Autor:

2022-09 – Hans-Jürgen Reichel

hj.reichel@hjr-training.de

Nutzen Sie unser Fitnessprogramm für Verkäufer, damit Sie stets auf der richtigen Spur fahren. Sie wollen in ihrer Verkaufsarbeit mehr bewegen, mehr Abschlüsse in kürzerer Zeit erzielen, Ihre Kundenbeziehung noch aktiver gestalten?

Mehr Interesse?

Fordern Sie weitergehende Infos zu diesen Trainingsprogrammen an:

- [TopFit am Start - Verkaufstraining für Einsteiger](#)
- [Die "hohe" Kunst des Verkaufs für Verkaufsprofis](#)

Alle Programme sind in unterschiedlichen Trainingsformaten verfügbar.

Fitness-Trainingsprogramme für Verkaufsteams

Kurztrainings zum Einsatz im Verkaufsteam für Anfänger oder als Auffrischung für erfahrene Vertriebsmitarbeiter. Alles, was für das Training im Team benötigt wird, ist im Alukoffer enthalten.

Trainingsdauer pro Modul ca. 2 Stunden



Der erfolgreiche Verkaufsabschluss

Themenschwerpunkte

- Abschluss - Bedeutung - Hintergrund
- Warum Abschlüsse scheitern
- 5 Schritte zum erfolgreichen Abschluss
- Abschluss-Chancen erkennen.
- Positive Impulse konsequent nutzen



Top Abschlusstechniken für Verkäufer

Themenschwerpunkte

- Drei Grundprinzipien für den erfolgreichen Abschluss
- Die 10 wichtigsten Abschlusstechniken
- Mit Verzögerungen umgehen
- Kunde sagt "Nein" - was nun?



Hier klicken ➔