



NEWSLETTER 02/2016

Weniger reden, mehr verkaufen

Unsere kürzlich durchgeführte Umfrage in Zusammenarbeit mit dem Harvard Business Manager hat ergeben, dass Kunden sich bessere Kommunikationsfähigkeiten von Verkaufsverantwortlichen wünschen. Es geht weniger darum, wie sich ein Verkäufer präsentiert, sondern mehr wie gut er Fragen stellt und zuhört.

Aufmerksam zuhören

Kunden sagen uns vielleicht nicht direkt, dass wir ein guter Zuhörer sind. Aber wenn wir Feedback bekommen, dass der Kunde sich gut verstanden fühlt bzw. mehr Klarheit bezüglich seiner Ziele und Anforderungen hat, ist dies die Folge von aufmerksamem Zuhören.

Doch was verstehen wir eigentlich unter aufmerksamem Zuhören? Dies ist nicht nur wichtig bei Besuchsterminen, sondern auch am Telefon und sogar bei der Interpretation der Inhalte eines Emails.

Körpersprache

Wenn wir einem Menschen in die Augen schauen und zur richtigen Zeit nicken oder lächeln, zeigen wir Aufmerksamkeit. Wenn wir immer auf unser Handy oder in unseren Laptop schauen, bekommt man den Eindruck, dass wir nicht zuhören.

Zudem sollten wir auch auf die Körpersprache unseres Gesprächspartners achten. Gut ist, wenn er sich nach Vorne lehnt oder nickt. Achten wir aber auch auf negative Zeichen und haben den Mut, nach den Gründen zu fragen.

Zusammenfassen und Nachfragen

Damit zeigen wir unserem Gesprächspartner, dass wir sie/ihn verstanden haben. Fassen wir das Gesagte am besten in unseren eigenen Worten zusammen. So spürt der Kunde unsere Fachkompetenz und Empathie. Zögern wir nicht, bei Unklarheiten weitere Fragen zu stellen. Oft erhalten wir dadurch wertvolle Zusatzinformationen. Erst dann sollten wir beginnen, unsere Lösungsmöglichkeiten vorzustellen. Aufmerksames Zuhören hilft uns, uns auf die für den Kunden relevanten Informationen zu fokussieren.

Jedes Gespräch ist individuell und dennoch ist es sehr sinnvoll, eine Fragen-Datenbank zu erstellen. Wenn wir wiederum in einer ähnlichen Situation sind, können wir die Fragen stellen, welche wir früher schon weitergebracht haben.

Wie hoch sollte der eigene Redeanteil sein?

Das ist eine wichtige Frage. Ich würde sagen, dass wir nicht mehr als die Hälfte der Zeit für uns beanspruchen sollten, sogar viel weniger bei einem Ersttermin. Je höher der Redeanteil des Kunden, umso mehr finden wir über ihn und seine Bedürfnisse heraus und umso gezielter ist unser Redeanteil.

Wie werde ich zum aufmerksamen Zuhörer

Übung macht den Meister. Sehr hilfreich ist es, wenn wir Feedback von einem Arbeitskollegen oder Coach erhalten. Offensichtliche, aber vielleicht unbewusste Fehler werden dadurch sichtbar, z.B. den Kunden mitten im Satz unterbrechen.

Meiner Meinung nach ist eine unzureichende Vorbereitung der häufigste Grund, weshalb Verkäufer zu viel reden. Wenn wir uns seriös vorbereiten, wirken wir ruhiger und haben mehr Selbstvertrauen. Falls uns der Gesprächspartner eine Frage nicht umgehend beantwortet und einen Moment zum Nachdenken benötigt, sollten wir es zulassen. Es ist ein Anzeichen, dass wir ihn zum Nachdenken gebracht oder ihn vielleicht sogar dazu bewegt haben, seine ursprünglichen Ideen zu überdenken. Das ist der Zeitpunkt, in dem wir einen Vertrauensvorsprung schaffen und die Führung des Verkaufsprozesses übernehmen.

Fragen, die wir uns stellen sollten

- Fühlt sich unsere Kunde nach einem Meeting mit mir gut verstanden?
- Hole ich nach jedem Meeting ein Feedback vom Kunden ein?
- Denke ich, dass ich weniger reden und mehr zuhören sollte?

Freundliche Grüsse und gerne stehe ich für Fragen zur Verfügung,



Daniel J. Schwarzenbach