

**hi
tec**

HANDEL

OFFIZIELLES ORGAN DES BUNDESVERBANDES TECHNIK DES EINZELHANDELS e.V. (BVT)

→ KOOPERATIONEN

Heiter bis wolkig

Pioneer



→ SOUND + VISION

Flach und scharf

→ hitec FOTO

Suchen und finden

IM GESPRÄCH:



Manfred Gerdes
Sony

EXKLUSIV:

Bernd W. Klöckner mit 7-Punkte-Strategie für Spitzenverkäufer



Die du über den Preis gewinnst, ...

verlierst du auch wieder über den Preis. Das weiß Bernd W. Klöckner, über den die Süddeutsche Zeitung schrieb: „Zum Glück gibt's Klöckner“, aus langjähriger Verkaufserfahrung. In hitec HANDEL gibt er zum Jahresbeginn exklusiv seine Sieben-Punkte-Strategie für Spitzen-Verkäufer preis.

1 AUTHENTIZITÄT

Sorgen Sie dafür, dass Sie als Verkäufer, dass die Menschen Ihrer Verkaufsorganisation authentisch sind. Wer authentisch ist, gewinnt. Alle anderen verlieren. Authentizität bedeutet 100 Prozent Übereinstimmung mit der eigenen Botschaft. Erfolgreiche Verkäufer glauben in Herz, Körper, Seele und Geist an ihre Botschaft. Erfolgreiche Verkäufer nutzen – nach Möglichkeit – Produkte, die sie verkaufen. Das ist nicht immer möglich. Doch wo es möglich ist, sollte es so sein! Neurobiologische Studien beweisen es: Wer in seinem Herzen felsenfest von sich und seiner Botschaft überzeugt ist, „riecht“ anders. Kommt anders rüber.

2 KUNDEN, DIE DU ÜBER DEN PREIS GEWINNST, VERLIERST DU AUCH ÜBER DEN PREIS

Sie haben die Möglichkeit, alles ein bisschen billiger zu machen. Immer und immer wieder. Und wenn Wettbewerber ihre Ware erneut verbilligen, wandern Ihre Kunden. Hin und her. Her und hin! Daher gilt: Kunden, die Sie über den Preis gewinnen, verlieren Sie über den Preis. Discounter und Rabatt-„Schlachter“ ausgenommen. Nehmen wir das Beispiel Verkauf von Finanzierungen. Welcher Produkte auch immer. Hier gilt ein alter Spruch: Konzeption geht vor Kondition. Welches Produkt auch immer es sein mag: Nutzen und Emotionen sind stärker als Preisnachlässe. Bieten Sie Nutzen! Werden Sie Werteverkäufer! Sorgen Sie dafür, dass die Menschen Ihrer Verkaufsorganisation Werteverkäufer werden!

3 WERTSCHÄTZUNG

Auswendig gelerntes Anwenden von Verkaufswissen aus Büchern, Standard-Werkzeuge im Verkauf, banale Preis-Nenntechiken oder weitere klassische, noch immer zu oft trainierte Verkaufsmethoden haben ausgedient. Alt war: Bediene die

Kunden, wie Du selbst bedient werden willst. Neu ist: Bediene die Kunden so, wie sie bedient werden wollen. Die alles entscheidende Voraussetzung ist wertschätzende Kommunikation. Die Voraussetzung hierfür ist: Kenntnis und immer wieder neues Training wertschätzender Kommunikation. Wer ins Schwarze treffen will, muss wissen, wo beim jeweiligen Kunden das „Schwarze“ ist. Das bedeutet Aufmerksamkeit, das bedeutet Zuhören. Erfolgreiche Verkäufer sind fokussiert auf ihre Kunden. Erfolgreiche Verkäufer hören zu. Das müssen Sie tun: Fokussiert sein! Zuhören! Das sind zwei entscheidende Voraussetzungen für den Zustand Erfolg. Dabei gilt: Aufmerksamkeits-Fokussierung müssen Sie lernen. Dann trainieren. Gespräch für Gespräch.

4 FLOW-VERKÄUFER SIND GEFRAGT

„Wer in anderen ein Feuer entzünden will, muss selbst brennen!“ Viele haben diesen Satz bereits gelesen oder gehört. Die wenigsten Verkäufer leben ihn. Die wenigsten Unternehmen achten darauf, dass die Menschen ihrer Verkaufsorganisation diesen Satz leben. Wann entsteht denn Leidenschaft im Verkauf? Für ein Produkt? Der Zustand „Flow“ (Fließen) – also ein glücklicher, erfüllter Zustand – entsteht dann, wenn Menschen sich selbst innerhalb einer Aufgabe immer wieder neu



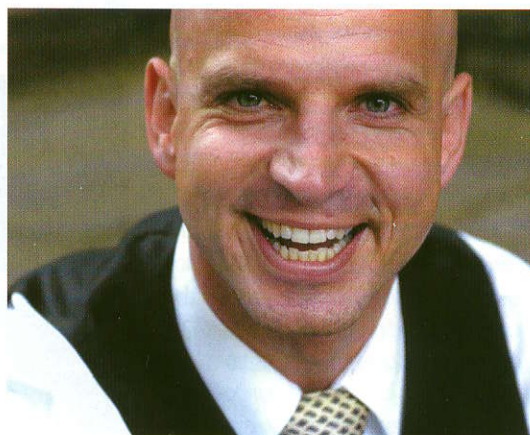
erfinden. Wenn Menschen in ihrer Aufgabe als Verkäufer aufgehen! Das bedeutet auch: Sorgen Sie dafür, dass Sie als Verkäufer, dass die Menschen Ihrer Verkaufsorganisation im Zustand Flow arbeiten. Sorgen Sie dafür, dass die Menschen Ihrer Verkaufsorganisation Dream-Team-Typen sind. Sorgen Sie für Ihr Dream-Team im Verkauf. Seien Sie selbst ein Dream-Team-Typ.

5 RAPPORT, RAPPORT, RAPPORT

Erfolgreiche Verkäufer fördern die Resonanz, auch Rapport genannt, zwischen sich und ihren Kunden. Neurobiologische Studien beweisen: Empathie (Identifikation) und Sympathie entstehen insbesondere dann, wenn Menschen sich verstanden fühlen. Wenn sie das Gefühl haben: „Er (oder sie) ist wie ich.“ Nehmen wir eine Frau, die einen Mann anlächelt. Der Mann wird zurücklächeln. Es geht kaum anders. Für die Kommunikation bedeutet das: Im Gehirn zwischen Verkäufer und Käufer überprüfen so genannte Spiegelneuronen unbewusst, ob und wie stark unser Gegenüber bei uns ist. Unser Gehirn empfindet „Resonanz“ oder eben nicht! Im Zustand Resonanz (Rapport) kann verkauft werden. Im Zustand „Nicht-Resonanz“ (kein Rapport) kann eben nicht oder nur schwerer verkauft werden. Erfolgreiche Verkäufer trainieren die Fähigkeit, Rapport aufzubauen. Erfolgreiche Verkäufer bauen Rapport auf. Immer und immer wieder!

6 ABSCHLIEßEN IMMER TEST-ABSCHLIEßEN

In allen Beratungs- und Verkaufsgesprächen bieten sich immer wieder Möglichkeiten des Testabschlusses. Zu



Bitte lächeln: Bernd W. Klöckner ist kein trockener Theoretiker, sondern freundlich-fordernder Berater und Coach. (Fotos: Bernd W. Klöckner)