

Checkliste Verkaufsgespräch

| Phase | So gehen Sie vor |
|---|---|
| Gesprächs- vorbereitung | - Legen Sie Ihr Gesprächsziel fest: Was will ich in welchem Umfang verkaufen? Gibt es Zusatzleistungen, die ich mit anbieten kann? In welchem Zeitraum kann und will ich den Auftrag abwickeln? Welchen Eindruck will ich hinterlassen? |
| | - Formulieren, welche Vorteile die Leistung, die Sie verkaufen möchten, Ihrem Kunden bringt (z. B. Wohlbefinden, Einsparungen, Umweltschutz, Prestige, Genuss...). Das ist Ihr Haupt-Verkaufsargument |
| | - Führen Sie sich Ihren Kunden vor Augen (hilfreich ist hier eine gut geführte Kundendatei!): Welche Bedürfnisse hat er? Welchen Geschmack hat er? Wo ist er schwierig? Wie sind seine finanziellen Spielräume? |
| | - Stellen Sie auf dieser Grundlage ein individuelles Angebot zusammen |
| | - Überlegen Sie sich Antworten auf typische, zu erwartende Einwände |
| | - Grenzen Sie Ihren finanziellen Handlungsspielraum ein |
| | - Überlegen Sie sich einen Aufhänger (Situation des Kunden, frühere Aufträge), mit dem Sie das Gespräch eröffnen |
| | - Stellen Sie Präsentations- und Informationsunterlagen zusammen, die ihre Leistungsargumente bildlich unterstützen |
| | Gesprächs- eröffnung |
| - Zum Aufwärmen und damit Sie möglichst viel über das Anliegen erfahren – stellen Sie W-Fragen (Wie? Was? Wozu? Wo? Warum?). Damit geben Sie dem Kunden die Vorlage, ausführlich zu berichten. Sie signalisieren großes Interesse | |
| - Im Wechsel zu den Fragen aufmerksam zuhören | |

| | |
|--------------------------------|--|
| Gesprächs-argumentation | <ul style="list-style-type: none"> - Um Ihre Leistungen zu verkaufen, argumentieren Sie jetzt – aber bitte aus Kundensicht: Welchen Nutzen hat er von Ihrer Leistung? Welchen Vorteil kauft er sich ein? Was spart er sich? Welchen Wunsch kann er sich damit erfüllen? |
| | <ul style="list-style-type: none"> - Vertreten Sie Ihren Preis selbstbewusst |
| | <ul style="list-style-type: none"> - Einwänden des Kunden begegnen Sie nicht, indem Sie sich verteidigen oder rechtfertigen. Hinterfragen Sie sie – z. B. ein „Gefällt mir nicht“ mit „Was würde Ihnen denn besser gefallen?“ |
| Gesprächsabschluss | <ul style="list-style-type: none"> - Kommen Sie zum richtigen Zeitpunkt zum Abschluss. Der ist gekommen, wenn sich der Kunde in Mimik, Gestik oder in Worten zustimmend äußert. |
| | <ul style="list-style-type: none"> - Eine elegante Möglichkeit, den Kauf abzuschließen besteht z. B. darin, vor dem Ja des Kunden schon auf den Ausführungstermin überzugehen: „Wir können mit den Arbeiten am kommenden Montag beginnen. Ist Ihnen das recht?“ |
| | <ul style="list-style-type: none"> - Bestätigen Sie dem Kunden zum Schluss, dass er eine gute Entscheidung getroffen hat und sich schon jetzt auf das Umsetzungsergebnis freuen kann |
| | <ul style="list-style-type: none"> - Falls es nicht zum Abschluss kommt – akzeptieren! Hinterlassen Sie Visitenkarte und Informationsmaterialien. So bauen Sie sich eine Brücke für das nächste Gespräch |
| Gesprächsnachbereitung | <ul style="list-style-type: none"> - Zügig die beauftragten Leistungen auf den Weg bringen |
| | <ul style="list-style-type: none"> - Die Ergebnisse des Verkaufsgesprächs in die Kundenkartei aufnehmen |
| | <ul style="list-style-type: none"> - Manöverkritik abhalten: Was ist Ihnen gut gelungen in diesem Verkaufsgespräch? Wo haben Sie sich das Heft aus der Hand nehmen lassen? Was wollen Sie beim nächsten Mal besser machen? |