

**Ja, das will ich haben!**

## Keine Angst vorm Abschluss

INGO VOGEL

Worauf zielt jedes Verkaufsgespräch ab? Auf einen Kaufabschluss. Doch wenn die Zeit hierfür reif wäre, zögern viele Verkäufer – aus Angst, der Kunde könnte „Nein“ sagen oder sie als aufdringlich empfinden. Dabei geht das „Ja“ dem Kunden meist einfach über die Lippen – wenn Sie das Verkaufsgespräch richtig strukturieren.

Das Verkaufsgespräch ist hervorragend gelaufen. Verkäufer Müller fand einen guten Draht zur Kundin. Bereitwillig erzählte sie ihm, welche Erwartungen sie an die Anlageform hat. Also konnte Müller der Kundin die Alternativen auch so präsentieren, dass sie zur Überzeugung kam: Genau dieses Angebot möchte ich haben. Müller ist zufrieden – und die Kundin anscheinend auch. Jetzt fehlt nur noch ihre Unterschrift unter dem Vertrag. Doch vor der Frage „Darf ich dann alles für Sie vorbereiten?“ schreckt Müller zurück. Plötzlich stockt das Gespräch, und Müllers verkäuferischer Elan erlahmt. Von strategischer Gesprächsführung ist nichts mehr zu spüren.

Wie viele seiner Berufskollegen hat Müller Angst vor der letzten Phase des Verkaufsgesprächs, bei der es die Früchte der Arbeit zu ernten gilt: nämlich den Auftrag. Woran das liegt? Unter anderem daran, dass sich Müller nun als Verkäufer „outen“ muss. Während sich seine Tätigkeit bisher weitgehend auf ein Informieren und Beraten der Kundin beschränkte, muss er nun klar bekennen: Ich möchte Ihnen etwas verkaufen. Dieser „Rollenwechsel“ fällt vielen Verkäufern schwer, weil sie nicht wie schmierige Klinkenputzer wirken möchten, die ihren Kunden etwas aufschwätzen.

Diese Angst ist unbegründet – zumindest wenn der Verkäufer zuvor die Bedürfnisse des Kunden genau ermittelt und den Nutzen seiner Produkte kundenbezogen dargestellt hat. Denn dann möchte auch der Kunde, wenn seine Fragen beantwortet sind, in den Genuss dieser Vorteile, d.h. zum Abschluss, kommen. Schließlich sprach er nicht „einfach so“ mit dem

Verkäufer, sondern weil er etwas braucht beziehungsweise möchte. Warum sollte er also das Produkt nicht kaufen? Dass sich trotzdem viele Verkäufer vor der Abschlussfrage fürchten, liegt vor allem an folgenden Punkten:

- ➔ Sie haben kein Gesprächsziel.
- ➔ Sie sorgen zu wenig dafür, dass der Kunde im Gesprächsverlauf Teilentscheidungen trifft.
- ➔ Sie empfinden die Frage „Wollen Sie jetzt gerne kaufen?“ als unhöfliches Drängeln. Und:
- ➔ Sie haben Angst vor einem „Nein“ des Kunden, weil sie denken: Dann war alle Mühe umsonst.

### Klare Ziele definieren

Ein klares Ziel ist das erste, was vielen Verkäufern fehlt. Deshalb wissen sie nicht, worauf sie hinarbeiten sollen: Direkt auf einen Verkauf? Oder zum Beispiel auf einen zweiten Termin, bei dem der Kunde seine Unterschrift unter den Vertrag setzt?

Setzen Sie sich also klare Ziele für Ihre Verkaufsgespräche. Aber legen Sie die Messlatte nicht zu hoch, indem Sie sich beispielsweise vornehmen: Ich will dem Kunden gleich im ersten Gespräch einen Vertrag verkaufen. Denn die Entscheidung treffen Kunden (meist) nicht spontan. Hierüber wollen sie in der Regel erst einige Zeit nachdenken und sich zum Beispiel mit ihrem Lebenspartner beraten. Legen Sie die Messlatte bitte auch nicht zu niedrig, indem Sie als Ziel zum Beispiel formulieren: „Ich möchte die Kundin nur informieren.“

Ähnlich verhält es sich, wenn Sie z. B. Lebensversicherungen verkaufen. Wenn Sie Kunden vorschnell zum Abschluss nötigen, erhöhen Sie nur Ihre Stornoquote. Wenn Sie den richtigen Zeitpunkt zum Abschluss hingegen verpassen, dann ist die Gefahr groß, dass Sie den Abschluss, den Sie eigentlich schon sicher in der Tasche hatten, wieder verlieren. Denn Sie sind nicht der einzige Anbieter am Markt. Formulieren Sie also für Ihre Verkaufsgespräche realistische und zugleich an-

spruchsvolle Ziele – entweder anhand der Vorinformation, die Sie vom Kunden haben, oder anhand der Informationen, die Ihnen der Kunde im Verlauf des Gesprächs gibt.

### Teilergebnisse sichern

Ein weiterer Grund, warum manche Verkäufer Angst vorm Abschluss haben, ist: Für sie gipfelt das Verkaufsgespräch in der einen, alles entscheidenden Frage: „Kaufen Sie ...?“ Dabei ist die Kaufentscheidung nicht „die große, einsame Entscheidung“, sondern das Ergebnis vieler Teilentscheidungen, die der Kunde im Verlauf des Gesprächs trifft. Also sollten Sie diese Teilentscheidungen gezielt einfordern – auch um sich zu versichern, ob Sie noch auf dem richtigen Weg zum Abschluss sind.

Und beim Verkauf von Lebensversicherungen? Hier kann der Verkäufer fragen: „Bevorzugen Sie eher diese Kapitalanlage, bei der Sie keinerlei Risiken eingehen, aber auch eine etwas niedrigere Rendite haben? Oder eine Anlageform, die Ihnen wahrscheinlich mehr Rendite bringt?“ Bevorzugt der Kunde das sichere Produkt, kann die Anschlussfrage lauten: „Entspräche eine Lebensversicherung Ihren Vorstellungen, bei der Sie monatlich einen Festbetrag einzahlen und mit 65 ...“ Wichtig ist es, dem Kunden die Alternativen so zu präsentieren, dass er deren Vorzüge sieht.

### Verbindlich ist nicht unhöflich

Wenn Sie so vorgehen und für den Kunden das passende Angebot gefunden haben, dann können Sie auch beruhigt nach dem Vertragsabschluss fragen. Denn dann empfindet der Kunde Ihre Frage nicht als Drängeln. Warum auch? Alle Fragen sind geklärt.

Dessen ungeachtet kann es passieren, dass der Kunde zunächst „Nein“ sagt, wenn Sie fragen „Darf ich den Vertrag ausfüllen?“ Oder er antwortet: „Ich bin mir noch nicht sicher.“ Wenn der Kunde unsicher ist, sollten Sie sich nach den Gründen erkundigen. Dann formuliert der Kunde in der Regel Einwände, die Sie zuvor nicht ausreichend beachtet haben.