

# Von Beruf: Fachverkäufer

**Einzelhandel** Verkäufer müssen mehr als nur beraten – Vertrauen gewinnen

Von Ingo Vogel

Der Verkäuferberuf erfuhr durch den Siegeszug des Internet zwar einen Wandel, doch seine Bedeutung – speziell im Fachhandel – ist gestiegen. Heute können die Kunden fast alle Produkte online kaufen – einfach und bequem sowie häufig günstiger als im Fachhandel. Entsprechend lustlos gehen die Verkaufsmitarbeiter vieler Fachhändler ihrem Job nach. Kaum betritt ein Kunde das Geschäft, unterstellen sie ihm: „Der will sich ohnehin nur informieren und dann im Internet kaufen – denn am Ende zählt für ihn nur der Preis.“

Zu einer solchen Einstellung und Haltung besteht kein Anlass. Denn der Verkäuferberuf erfuhr durch den Siegeszug des Internet zwar einen Funktionswandel, doch seine Bedeutung stieg. Denn zweierlei kann der Online-Handel nur bedingt:

1. dafür sorgen, dass der Einkauf für den Kunden ein Erlebnis ist. Und:

2. den Kunden bei seiner Kaufentscheidung begleiten und beraten.

Wenn es darum geht, dass der Einkauf für den Kunden zu einem emotionalen Erlebnis wird, spielt der Mensch Verkäufer die zentrale Rolle. Denn ein Computerprogramm kann einen Kunden zwar auch mit einem „Herzlich willkommen“ begrüßen – doch nie so persönlich wie ein Verkäufer, der dem Kunden mit einem strahlenden Lächeln gegenüber tritt. Ein Computerprogramm kann sich zwar auch nach den Bedürfnissen des Kunden erkundigen – doch nie so individuell wie ein Verkäufer, der sich tatsächlich für den Mensch Kunden interessiert. Und ein Computerprogramm kann einen Kunden, wenn er sich zum Beispiel für ein Paar Schuhe oder eine Stereo-Anlage entschied, zwar auch loben „Da haben Sie eine gute Wahl getroffen“ – doch diese Worte haben von einem Computerprogramm gesprochen eine viel geringere Wirkung, als wenn dies ein Verkäufer sagt, dem der Kunde vertraut.

Hinzu kommt: Wenn man heute beispielsweise

- sein Geld sicher anlegen,

- die Heizung seiner Wohnung modernisieren oder
- einen neuen, energiesparenden Kühlschrank kaufen

möchte und die entsprechenden Suchbegriffe bei Google eingibt, dann wird man mit oft widersprüchlichen Infos zu diesen Themen nahezu erschlagen. Deshalb wünschen sich viele Kunden beim Kauf erklärungsbedürftiger Produkte einen Einkaufsberater an ihrer Seite, dem sie vertrauen.

Dieser Berater muss selbstverständlich fachlich fit sein. Wie fachlich fit die Verkäufer sind, können Kunden meist nur bedingt einschätzen. Dasselbe gilt für die Frage: Hat der Verkäufer beim Beraten primär seine Provision oder meine Bedürfnisse vor Augen? Deshalb unterziehen sie die Verkäufer, wenn sie ihnen erstmals begegnen, einem Glaubwürdigkeitscheck. Das heißt, sie entscheiden anhand ihrer Sinneswahrnehmungen: Kann ich dieser Person vertrauen?

Im Alltag nennen wir das Ergebnis dieses Checks „erster Eindruck“. Drei Faktoren werden vom



**Dank guter Beratung kann ein Fachverkäufer seine Kunden „glücklich“ machen. Der Verkäufer hilft, die passende Lösung zu finden und gewinnt somit das Vertrauen der Kundschaft.**

Foto: Fotolia

Gehirn des Kunden beim Glaubwürdigkeitscheck des Verkäufers in Sekundenschnelle auf ihre Stimmigkeit hin überprüft:

1. Wie verhält sich der Verkäufer (Körpersprache, Mimik, Gestik)?
2. Wie klingt er (Stimme)? Und:
3. Was sagt er (Sprache, Worte)?

Nur wenn die verbale und non-verbale Ausstrahlung eines Verkäufers den Kunden überzeugen, schaltet er seine Alarmsysteme aus und öffnet sich. Das heißt: Er teilt dem Verkäufer seine Wünsche und Bedürfnisse sowie Ängste und Bedenken mit. Also kann dieser mit

dem Kunden auch eine passende Lösung suchen, die diesen sozusagen glücklich macht. Deshalb empfiehlt er das Geschäft nicht nur weiter, er wird auch selbst ein treuer Kunde. Hierfür zu sorgen, das ist die Aufgabe eines Fachverkäufers heute.