

Serie »Erfolgstipps von Günter Schmitz« in Bauelemente Bau

Das Wort Verkäufer ist in der Handwerkerszene nicht sehr beliebt. Für Handwerker sind Verkäufer Menschen, die Kunden etwas aufschwätzen. Und wer möchte sich da schon gerne Verkäufer nennen? Berater klingt doch viel kompetenter, denken sich viele. Ist das nun gut? Ich sage ganz klar nein. Verkäufer ist ein wundervoller Beruf. Wir verstehen darunter »Kunden glücklich machen«. Ist diese Einstellungsänderung erst einmal verinnerlicht, ist der erste Schritt in Richtung einer besseren Abschlussquote bereits vollzogen. Denn auf die Einstellung zum Verkauf kommt es an.



So verbessern Sie Ihre Abschlussquote

Berater texten Kunden oft mit viel technischem Wissen und allerlei für den Kunden bedeutungslosen Details zu. Klar, in unserer Branche handelt es sich um technische Produkte und da ist eine tief greifende Fachkompetenz zwingende Voraussetzung. Doch zu viele technische Informationen können den Kunden auch sehr verunsichern. Schließlich möchte der Kunde keine Fehler machen. Kunden sind daher nach einem Gespräch mit einem Berater allzu oft überfordert, aus der Vielzahl der Möglichkeiten genau das richtige Produkt auszuwählen. Ein Verkäufer wiederum liest die Bedürfnisse des Kunden von dessen Lippen ab. Der Kunde sagt, was er möchte und was ihm wichtig ist. Ein Verkäufer muss einfach sehr gut zuhören können und dann genau das für den Kunden richtige Produkt anbieten.

Tatsächlichen Bedarf erfassen

Neben der richtigen Einstellung werden gerade in der Phase der Bedarfserfassung die meisten Fehler gemacht. Schlechte Verkäufer bzw. Berater gehen mit dem Kunden direkt zu den Produkten und erklären diese in Vollendung. Schließlich möchte ein Berater dem Kunden ja zeigen, welches Wissen er hat. Ein guter Verkäufer hingegen stellt zunächst viele

Fragen, die noch gar nichts mit dem Produkt zu tun haben. Hier geht es mehr um Wünsche, Bedürfnisse und die bisherigen Erfahrungen. Auch die Frage nach dem ungefähren Budgetrahmen sollte an dieser Stelle nicht fehlen, damit dem Kunden genau die für ihn passenden Produkte angeboten werden können und der Kunde aufgrund ganz anderer Budgetvorstellungen später in der Abschlussphase nicht absagt, da das Angebot sein Budget übersteigt.

Dies alles hat Auswirkungen auf die Abschlussquote, die sich als wert- oder mengenmäßiges Verhältnis aller erhaltenen Aufträge zu den Angeboten errechnet.

In der Bedarfserfassung dürfen auch sog. Auswahlkriterien nicht fehlen, bspw. ob das Produkt überhaupt in der vom Kunden gewünschten Zeit geliefert werden kann. Am Ende der Bedarfserfassung entscheidet der Verkäufer, ob der Kunde zum Unternehmen passt und ob die Wahrscheinlichkeit für einen Abschluss

hoch ist. Ist dem nicht so, stimmt evtl. noch nicht die Vertrauensbasis und diese gilt es erst einmal herzustellen oder den Kunden vom eigenen Unternehmen und sich selbst als Persönlichkeit noch mehr zu überzeugen. Ist der Kunde grundsätzlich bereit, mit dem Unternehmen zusammenzuarbeiten, legt sich ein guter Verkäufer 100%ig ins Zeug und tut alles, um die Bedürfnisse des Kunden zu erfüllen oder gar zu übertreffen.

Der Autor

Günter Schmitz ist Inhaber und Geschäftsführer von Coplaning, einem großen Bauelementehändler in Luxemburg. Der Erfolgstrainer gibt sein Wissen und seine Erfolgsrezepte in seiner Erfolgsakademie an andere Handwerks- und Dienstleistungsunternehmen weiter. Weitere Informationen unter www.coplaning.lu.

In dieser Serie beschreibt er die tagtäglichen Probleme im Handwerk und zeigt auf, wie diese gelöst werden können.

Vertrauen und eine genaue Bedarfsanalyse sind das A und O in der Kundenbeziehung und Garant für eine hohe Abschlussquote.

Foto: Coplaning

Keine Zeit vergeuden

Alle Fehler, die gerade in der Bedarfserfassung gemacht werden, können später im Abschluss bitter bereut werden. Die aufgewendete Zeit für Beratung, Aufmaß, Fahrzeiten, Angebotserstellung und Präsentation ist dann verloren. Und vor allem fehlt diese Zeit, um sie für seine Kunden zu investieren. Abschlusstechniken helfen natürlich, die vorher gemachten Fehler auszugleichen, doch es wird zunehmend schwieriger.

Wer eine Organisationssoftware hat, kann die Abschlussquote pro Mitarbeiter oder für das gesamte Unternehmen leicht darin abbilden. Ansonsten hilft eine einfache Excel-Tabelle, in der alle Angebote eingetragen werden oder automatisch reinlaufen. Zur bessern Übersicht können alle erhaltenen Aufträge »grün« markiert werden, alle verlorenen »rot« und alle offenen Angebote bleiben weiß. So sieht man ganz schnell, wer wie unterwegs ist und wer wo noch Unterstützung braucht.

Anzeige

Jetzt auch mit 6 mm Außenwandstärke
www.kunststoff-rohlinge.de
U. P. R. Fensterwerk GmbH & Co. KG
Telefon: 0531/21 09 50, Fax: 0531/210 95 95