



7 STRATEGIEN, UM AUCH DEN LETZTEN BESUCHER AUS DEM MÖBELHAUS ZU VERTREIBEN

Achtung: Dieser Artikel kann Spurenelemente von Ironie und Humor enthalten. Wenn Sie darauf allergisch sind, sollten Sie NICHT WEITERLESEN! Hier kommt ein etwas ironischer Artikel über den Stand der Verkaufskunst in vielen Möbelhäusern (nicht in Ihrem wenn Sie dem „Verkaufssteuerer“ www.thomaswittconsulting.de/verkaufssteuerer – dem Blog von Thomas Witt Consulting – folgen. Einfach lesen und schmunzeln! Sie werden es nicht bereuen.

Anleitung für den erfolglosen Möbelverkäufer:

Verkaufsprozesse werden überschätzt. Sie bedeuten harte Arbeit und Konzentration. Man muss tatsächlich darüber nachdenken, was man tut! Die eigenen Verkaufsfähigkeiten zu verbessern, kann anstrengend sein. Warum also soviel Aufwand betreiben, sich einen Prozess überlegen und hart arbeiten, wenn man auch alles ganz individuell machen kann?

Was ist also zu tun?

Glücklicherweise sind die meisten Möbelverkäufer schon ziemlich gut darin, Kunden zu verjagen. Nennen wir es eine Begabung. Aber warum sollte man das nicht noch bes-

ser machen? Lesen Sie hier die seit Jahrzehnten getesteteten sieben Strategien, um die wenigen Kunden, die Möbelhäuser zurzeit noch haben, zügig aus dem Haus zu jagen.

Die gute Nachricht ist, dass die meisten dieser Strategien Spaß machen und einfach umzusetzen sind. Viele werden Ihnen ganz natürlich erscheinen oder Ihnen bekannt vorkommen. Sie erfordern allesamt wenig Nachdenken und fast keine Anstrengung auf beiden Seiten. Nach dem Lesen werden Sie vielleicht erstaunt sagen: „Warum sind wir darauf nicht schon viel früher gekommen?“



7 STRATEGIEN, UM AUCH DEN LETZTEN BESUCHER AUS DEM MÖBELHAUS ZU VERTREIBEN

Also, hier sind sie:

DIE 7 TODSICHEREN STRATEGIEN, UM GARANTIERT BALD OHNE KUNDEN DAZUSTEHEN:

1. Der wichtigste Schlüssel besteht darin, zu vermeiden überhaupt einen Verkaufsprozess zu definieren.

Merke: Was du nicht hast, musst du auch nicht verbessern!

Über kurz oder lang werden Sie so ihr Ziel erreichen, sämtliche Besucher zu Sehleuten abzustempeln und sie dazu zu bringen, ohne eingehende Beratung das Haus zu verlassen. Denken Sie daran, wie viel Zeit zum Rumstehen und Schnackern mit den Kollegen Ihnen das schaffen würde!

2. Weigern sie sich, irgend etwas über Verkauf zu lernen.

Verkaufen ist einfach. Da gibt's nicht viel zu lernen. Was soll's? Sie haben doch zehn Jahre Erfahrung und wissen, wie man mit Kunden umgeht. Die Besucher wollen sowieso alle nur schauen. Lassen Sie sich bloß nicht darauf ein, über Ihren Verkaufsprozess nachzudenken und sich eine neue Strategie zu überlegen.

„Das ist doch alles viel zu theoretisch!“, lautet der Schlachtruf der Lernunwilligen.

Sie haben doch Ihre Erfahrungen!

Die waren zwar meistens negativ, aber das bestätigt Ihr Menschenbild. *„Kunden werden immer schlimmer!“* ist eine super Ausrede, wenn man weiter das tun will, was nicht funktioniert.

Lernen ist keine gute Verwendung Ihrer wertvollen Arbeitszeit! Langweilen Sie sich lieber mit Kollegen auf der Verkaufsfläche!

3. Halten Sie unbedingt an Ihren eingefahrenen Vorurteilen fest! Das erspart die Anstrengung des Nachdenkens! Alte, bewährte Glaubenssätze sind prima. Sie wollen doch nicht etwa Ihre Komfortzone verlassen?

Also behalten Sie unbedingt folgende Glaubenssätze:

- „Die Kunden wollen sowieso alle nur schauen.“
- „Wenn der Kunde reinkommt, sehe ich doch schon, ob er nur schauen wollen will oder ob er kauft.“
- „Ich muss dem Kunden nur lange genug Ware zeigen, dann wird für ihn irgendwann schon das Richtige dabei sein.“
- „Meine Aufgabe ist es, dem Kunden alles zu zeigen. Dann muss der Kunde eine Entscheidung treffen.“
- „Der Kunde läuft doch sowieso durch vier bis fünf Möbelhäuser. Wenn wir das erste Haus sind, habe ich keine Chance.“
- „Der Kunde hat doch sowieso schon vorher entschieden, ob er etwas kauft oder nicht.“
- „Jeder Kunde ist anders. Daher muss ich jeden Kunden anders behandeln. Ganz individuell!“
- „Bei dieser Wirtschaftskrise, bei der wenigen Frequenz, bei dem Wetter, bei den Benzinpreisen, kann doch sowieso niemand etwas verkaufen.“

Wenn Sie diese Glaubenssätze beibehalten, werden Sie niemals Verantwortung für Ihren Erfolg übernehmen müssen. Wenn Sie schon nichts verkaufen, dann ist es doch einfacher, die Schuld auf andere zu schieben. Besonders wenn diese sich nicht wehren können oder wir sie nicht beeinflussen können, wie zum Beispiel die Politik, die Wirtschaft, das Wetter, die Kollegen, der Chef, usw.



7 STRATEGIEN, UM AUCH DEN LETZTEN BESUCHER AUS DEM MÖBELHAUS ZU VERTREIBEN

4. Erfinden Sie das Rad für jeden Besucher neu! Machen Sie es spannend! Lassen Sie sich bloß nicht auf etwas so Langweiliges, wie einen klaren, wiederholbaren Verkaufsprozess ein! Nur weil die Kunden immer gleich reagieren, müssen wir doch noch lange keine Strategien entwickeln. Wo ist denn dann dabei der Spaß? Wo bleibt der Individualismus?

5. Lassen Sie dem Kunden „Lange Leine“, beobachten Sie aus respektvoller Entfernung und kontaktieren Sie, möglichst von hinten oder im Gehen, mit einem fröhlichen: „*Kann ich Ihnen helfen?*“. So dürfen Sie täglich mehrmals, wie im Film „Täglich grüßt das Murmeltier“, dieselben Szenen durchleben. Der Kunde antwortet brav: „*Ich möchte nur mal schauen.*“, und Sie dürfen im besten Falle hinterherdackeln.

Dieser Ansatz funktioniert nachweislich gut, um einen wirklichen Kontakt zu verhindern – nutzen Sie ihn!

6. Übertroffen wird diese Technik noch von der Ansprache: „Sie kommen doch zurecht?“ Hier sagt der Kunde in 99 % der Fälle endlich mal „Ja“. Wir freuen uns und können uns wieder der Katalogpflege oder dem Austausch mit Kollegen zuwenden.

Dieser Ansatz ist ideal, wenn ein Chef schaut und wir einen Kontakt vortäuschen müssen.

So können wir beruhigt erklären: „*Chef, die wollten sich nur umschauen.*“ Was diesen auch nicht glücklicher macht. Aber trotzdem hat diese Erklärung einen wichtigen Platz im täglichen Regentanz von Führungskräften und Verkäufern im Möbelhandel.

7. Wenn der Kunde mal wirklich eine Frage hat: Erzählen Sie ihm alles, wirklich ALLES was Sie über Möbel wissen!

Zeigen Sie nach dem Zufallsprinzip Modelle, bis dem Kunden die Augäpfel bluten! Reden Sie über Möbel, bis er Tinnitus bekommt! Hier können wir als mittelständische Möbelverkäufer glänzen. Schließlich überleben wir wesentlich länger als die armen Schweine bei den gesichtslosen Großflächen und Ketten und haben daher Ahnung von der Ware. Dieses Wissen kippen wir nun dem wehrlosen Kunden ungefiltert über den Kopf.

Merke: „Kundenausbilder ist mittlerweile ein Beruf.“ In der Branche traut sich ja kaum noch jemand, sich Verkäufer zu nennen.

Der Kunde reagiert garantiert überfordert und behauptet am helllichten Tage, schlafen gehen zu wollen.

„Vorbereitung ist der Schlüssel zum Erfolg. Verkäufer, die das nicht verstehen, versuchen Ihren Prozess zu verbessern während Sie vor dem Kunden stehen.

Oder – noch schlimmer – sie tun das, was sie immer schon getan haben.“

Thomas Witt

Bild: Cristina Gottardi • unsplash.com

Geschafft! Wir wollten ja auch gerade nach Hause!



7 STRATEGIEN, UM AUCH DEN LETZTEN BESUCHER AUS DEM MÖBELHAUS ZU VERTREIBEN

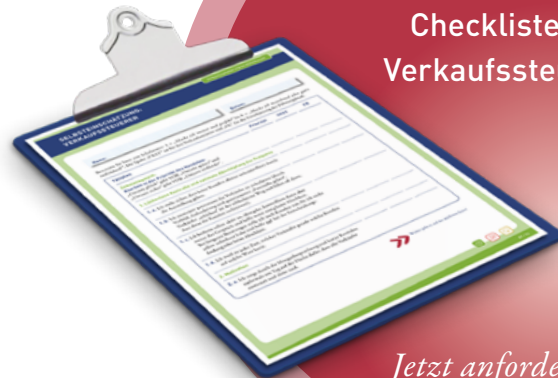
Sie als Leser meines Blogs verkaufen so bestimmt nicht. Das sollte Ihnen gute Laune machen! Denn die 7 Strategien auf den vorherigen Seiten habe ich nicht erfunden, sondern sie wurden mir von hunderten von Möbelverkäufern, die ich in den letzten zehn Jahren betreuen durfte, erzählt. So denkt 98 % Ihrer Konkurrenz!

Seien SIE besonders!

Finden Sie heraus, wo Ihr Verkaufsprozess Lücken hat. Mit unserer *kostenlosen* Checkliste stellen Sie sicher, dass Sie Ihren Verkauf *optimal* steuern:

CHECKLISTE

Die Selbsteinschätzungs-
Checkliste für
Verkaufssteuerer



Jetzt anfordern!

bit.ly/Checkliste-Verkaufssteuerer

Dieser Artikel ist Bestandteil von „Die Verkaufsmaschine“ www.thomaswittconsulting.de/verkaufssteuerer – dem Blog von Thomas Witt Consulting. Kostenfreie Tipps und Verkaufswerkzeuge für den Möbelhandel – Nur für ehrgeizige und motivierte Möbelverkäufer und deren Führungskräfte.



Meine Leidenschaft ist, menschliches Verhalten zu verstehen und zu beeinflussen, um positive Entwicklungen zu bewirken. „Man kann Menschen nur bewegen, wenn man sie versteht“, ist mein Motto.

Und wie wir alle wissen, gibt es viel zu tun. **Sprechen Sie mich an!**



THOMAS WITT
CONSULTING GmbH

Thomas Witt Consulting GmbH

Hanauer Straße 10 · 61118 Bad Vilbel · Telefon: 06101 / 995 31 44
witt@thomaswittconsulting.de · www.thomaswittconsulting.de