02
2016

VERKAUF COACHING-BRIEF

Oliver Wegners Praxis-Tipps
für Führungskräfte im Verkauf

Sind Sie ein ausgeschlafener Verkäufer?

Stellen Sie sich bitte einmal diese Situation vor:

Ein großer Kunde möchte mit Ihnen über die nächsten Aufträge und Konditionen verhandeln. Für Sie ist das einer der wichtigsten Termine des Jahres, weil der Kunde für einen guten Teil Ihres Umsatzes verantwortlich ist. Am Tag vor der großen Verhandlung ruft der Kunde an. Natürlich kurz vor Feierabend. Plötzlich hat er neue Sonderwünsche, Änderungen und Zusatzprojekte. Doch der Termin kann auf keinen Fall verschoben werden.

Also beißen Sie in den sauren Apfel, sagen zu Hause Bescheid, dass es spät wird, und arbeiten bis tief in die Nacht an neuen Angeboten, Präsentationen und Preisen für die Verhandlung.

Mit perfekten Unterlagen, dafür aber hundemüde nach Ihrer Nachtschicht, kommen Sie am nächsten Tag zum Kunden. Der ist natürlich ausgeschlafen und bester Dinge. Schnell stellt sich heraus: Die neuen Projekte sind gar nicht mehr so eilig. Aber bei den Verhandlungen nutzt er hellwach die Schwäche und handelt Zugeständnisse bei den Konditionen und Preisen heraus, auf die Sie sich sonst nicht eingelassen hätten …

Warum erzähle ich Ihnen heute diese Geschichte? Ich will Ihnen damit zeigen, dass es in Verhandlungen auf mehr ankommt als nur auf die richtigen Argumente. Wer in Verhandlungen mit Kunden und Geschäftspartnern geht, braucht eine optimale Vorbereitung und Strategie – und dazu gehören so überraschende Zutaten wie ausreichender Schlaf. Wer nicht daran denkt, riskiert möglicherweise teure Verhandlungsfehler. Bitte blättern Sie weiter, um zu sehen, wie Ihre Chancen auf gute Verhandlungen steigen!

Ihr

Oliver Wegner

Oliver Wegner

Den Titelbeitrag können Sie auch als Audio-Datei zum Hören herunterladen:

www.wegner.intem.de/coaching-brief/leser-service.php

Inhalt

- Vier häufig übersehene Fehler in Verhandlungen – wenn Sie Ihre Ziele nicht erreichen, kann es daran liegen
- Drei Tipps: So machen Sie aus kleinen Aufträgen häufiger große Aufträge
- Warum Sie jetzt ein persönliches Sicherheitstraining starten sollten

Kontakt:

Oliver Wegner
evolutionplan GmbH
Freisinger Str. 13 • 85737 Ismaning/München
Tel. +49.89.2094-9580 • Fax: +49.89.2094-5501
www.evolutionplan.de
o.wegner@evolutionplan.de

Ein großer Teil Ihres Erfolgs hängt vom Verhandlungsgeschick ab: Wenn Sie in kleinen und großen Verhandlungen über Preise oder Konditionen 2016 Zugeständnisse vermeiden, werden Ihre Zahlen am Ende des Jahres erheblich besser aussehen. Und das ohne jeden Mehraufwand. Ihr erster Schritt dazu: Vermeiden Sie die wenig bekannten Fehler, die immer wieder zu schlechten Ergebnissen führen.

Vier häufig übersehene Fehler in Verhandlungen – wenn Sie Ihre Ziele nicht erreichen, kann es daran liegen

Fehler 1: Die falsche Uhrzeit

Das ist ein wichtiger Punkt, auf den Verhandlungsprofis besonders achten und sich dadurch einen Vorsprung verschaffen, ohne dass die Verhandlungspartner überhaupt etwas davon mitbekommen:

Sie legen wichtige Meetings und Verhandlungen auf eine Uhrzeit, in der sie selbst typischerweise am leistungsfähigsten sind.

Beispiel: Verkäufer Michael Müller steht immer um 07:00 Uhr auf. Etwa zwei Stunden nach dem Aufstehen erreicht er in der Tagesform seinen Höhepunkt. Für zwei Stunden hat er die höchste Leistungsfähigkeit. Am Nachmittag dagegen lassen seine Leistung und Stimmung kontinuierlich nach und erreichen um 16:00 Uhr einen Tiefpunkt. Es dürfte klar sein, zu welchem Verhandlungstermin die besseren Ergebnisse zu erwarten sind:

- Findet die Verhandlung vormittags zwischen 09:00 und 11:00 Uhr statt, hat Michael Müller die besten Karten. Er strahlt mehr Dynamik und Selbstsicherheit aus, weil er in Bestform ist.
- Ist die Verhandlung dagegen für 15:00 oder 16:00 Uhr anberaumt, ist Müller am Tiefpunkt seiner Leistungsfähigkeit. Möglicherweise muss er sich anstrengen, um sich zu konzentrieren. Die Verhandlungspartner spüren im schlimmsten Fall, dass er geschwächt oder sogar gereizt ist.

Tipp: Legen Sie wichtige Verhandlungen und Gespräche grundsätzlich nur noch auf Phasen, in denen Sie die beste Tagesform haben. Achtung: Die Leistungskurve ist bei jedem Menschen unterschiedlich. Viele Menschen erreichen erst am Nachmittag einen Leistungshöhepunkt. Beobachten Sie, wie Sie sich im Tagesverlauf fühlen: Schreiben Sie dazu zu jeder vollen Stunde auf, wie Sie sich auf einer Skala von eins bis zehn fühlen. Nach spätestens zwei Wochen bildet sich Ihre typische Leistungskurve heraus. Sie sehen, zu welchen Zeiten Sie am leistungsfähigsten sind. Genau das sind die Uhrzeiten für Ihre wichtigsten Verhandlungen!

Extra-Tipp:

Auf Seite 1 habe ich Ihnen ein Beispiel gezeigt: Wer zu wenig schläft, hat weniger Willenskraft. Wer müde ist, macht – oft ohne es zu merken – unnötige Zugeständnisse, nur um die Sache durchzubekommen und danach Ruhe zu finden. Ihre Regel deshalb: Steht am nächsten Tag eine wichtige Verhandlung an, gehen Sie pünktlich ins Bett, um sich ausgeruht an den Besprechungstisch setzen zu können. Planen Sie Reisen niemals so, dass Sie etwa nach einem stressigen Nachtflug direkt in eine entscheidende Verhandlung müssen. Möglicherweise wird eine Reise durch eine großzügigere Zeitplanung teurer. Aber ein schlechtes Verhandlungsergebnis oder gar eine gescheiterte Verhandlung sind fast immer noch kostspieliger.

Fehler 2: Die Entspannung nach dem „Erfolg“

Die Verhandlung ist super gelaufen. Sie haben zwar noch nicht die Unterschrift oder den schriftlichen Auftrag, aber die Sache ist per Handschlag besiegelt. Und das zu den Preisen, die Sie haben wollten. Perfekt! Sie können sich zurücklehnen und es ein paar Tage entspannter angehen lassen …

Denkste! Zwei Tage später kommt der Anruf. Es hat doch noch Probleme gegeben. Kollegen haben noch einmal Bedenken angemeldet, sodass der Auftrag jetzt noch einmal komplett neu ausgeschrieben wird …

→

Wohl jeder, der im Verkauf arbeitet, hat das so oder so ähnlich schon einmal erlebt. Selbst hart erarbeitete Verhandlungsergebnisse oder per Handschlag besiegelte Abschlüsse können am folgenden Tag nichts mehr wert sein, wenn es noch keine verbindliche Vereinbarung gibt.

Die Phase nach der Zusage und vor dem endgültigen Abschluss ist eine der kritischsten im Verkauf. Denn nun droht dem Kunden ein Verlust an Freiheit, die er noch vor der Zusage hatte. Ein Rückzieher kann verlockend werden.

Tipp: Nach der Verhandlung beginnt die eigentliche Arbeit. Gönnen Sie sich nach einer erfolgreichen Verhandlung einen Moment der Freude und des Stolzes – aber lassen Sie jetzt keine Sekunde nach. Verlassen Sie sich nicht darauf, dass die guten Ergebnisse schon in Stein gemeißelt sind. Planen Sie gezielt die Absicherungsaktionen für die kritische Phase nach der Verhandlung:

- Sorgen Sie dafür, dass zum Schluss der Verhandlung die nächsten Schritte verbindlich mit Termin und Uhrzeit festgelegt sind.
- Planen Sie bereits kurzfristig in den folgenden Tagen Telefontermine. So bekommen Sie am ehesten mit, wenn es doch noch Besprechungsbedarf oder neue Bedenken beim Kunden gibt.

Auch daran sollten Sie denken: Manch ein Kunde sagt nur mündlich zu, um das Gespräch mit dem Verkäufer freundlich abzukürzen. In Wahrheit hat er aber noch andere Eisen im Feuer. Wenn Sie nach dem Gespräch einen engen Kontakt halten, bekommen Sie schnell mit, wie ernst es dem Kunden ist.

Fehler 3: Der unbedingte Siegeswille …

Viele Menschen, die im Verkauf arbeiten, sind wettbewerbsorientiert: Sie lieben es zu gewinnen – privat beim Hobby ebenso wie im Beruf. Das ist meistens eine Stärke. Doch bedingungsloser Siegeswille kann im Verkauf auch zur Gefahr werden – insbesondere bei Verhandlungen.

Denn wo ein Gewinner ist, ist immer auch ein Verlierer. Wer dem Kunden in Verhandlungen die höchsten Preise abringt und sich in allen Punkten durchsetzt, macht den Kunden zum Verlierer. Und so kann ganz schnell aus dem vermeintlichen Sieger ein zweiter Verlierer werden – die Gefahr steigt, dass der Kunde später aussteigt (siehe Fehler 2) oder sich einen anderen Lieferanten oder Dienstleister sucht, der ihm mehr Luft lässt.

Tipp: Gehen Sie in Verhandlungen immer auch mit einer kleinen Liste von Zugeständnissen und Extra-Leistungen, die Sie dem Kunden machen, auch wenn er nicht hart verhandelt. Geben Sie ihm dadurch stets das Gefühl, auch etwas gewonnen zu haben – auch wenn Sie sich bei den wichtigen Verhandlungspunkten durchgesetzt haben.

Fehler 4: Die übertriebene Unterwürfigkeit …

Das ist das Gegenteil von Nummer 3: Viele Verkäufer machen mehr und mehr Zugeständnisse, um einen Auftrag zu retten, und vergessen dabei das Nehmen.

Tipp: Denken Sie daran, dass eine Beziehung aus Geben und Nehmen besteht. Fordern Sie für jedes Zugeständnis, das Sie machen, ein Entgegenkommen Ihres Verhandlungspartners.

Extra-Tipp:

Ein besonders gutes Training für Verhandlungen: Gewöhnen Sie sich das Wort Nein ab. Das heißt nicht, dass Sie zu allem Ja und Amen sagen. Wenn Sie etwas nicht wollen, vermeiden Sie lediglich das direkte Nein. Das Wort bedeutet Ablehnung und führt deshalb zur Konfrontation oder zum vorzeitigen Ende einer Verhandlung. Beispiel: Der Kunde sagt: „Liefern Sie uns X zum Preis von Y!" Wenn das nicht geht, antworten Sie statt mit einem Nein so: „Gut, dass Sie schon so tief in die Details einsteigen. Zu genau diesen Konditionen können wir Ihnen die Basisversion Z liefern."

Mein Extra-Service: Gewinnen Sie noch mehr Sicherheit – durch meine sieben Profi-Tipps für Verhandlungen. Die Tipps können Sie über den Link oder das Formular auf Seite 6 anfordern.

Wenn Sie einen Weg suchen, um den Umsatz und das Ergebnis schnell messbar zu verbessern, denken Sie an Zusatzverkäufe. Wenn Sie den Extra-Bedarf des Kunden im richtigen Moment erkennen und dann die Gunst der Stunde nutzen, machen Sie immer wieder aus einem kleinen Auftrag einen großen – und das mit einem Minimalaufwand.

Drei Tipps: So machen Sie aus kleinen Aufträgen häufiger große Aufträge

Wenn ein Kunde schon bei Ihnen kauft oder einen Vertrag abschließt, ist das beinahe immer ein perfekter Moment, um Zusatzverkäufe zu erzielen. Selbst wenn es nur ein kleiner Kauf oder ein Mini-Auftrag ist: In diesem Moment zeigt der Kunde Ihnen, dass er Ihnen vertraut und mit Ihnen zusammenarbeiten will. Oft reicht dann eine einfache Frage:

Tipp 1: Nutzen Sie die Wozu-Strategie

Gewöhnen Sie sich grundsätzlich an, jeden Einzelnen zu fragen, wozu genau er das Produkt oder die Dienstleistung braucht. Oft wird gerade diese eigentlich naheliegende Frage gar nicht gestellt, nämlich vor allem dann, wenn der Kunde bei einem kleinen Kauf genau zu wissen scheint, was er will.

Ein gutes Beispiel dafür lieferte kürzlich Vanessa Weber, Geschäftsführerin eines Werkzeughandels, in einem Blogbeitrag für die Zeitschrift „impulse“: Ein neuer Kunde, ein Fotograf, fragte an, ob er einen Hubwagen kaufen könnte. Die meisten Verkäufer sagen dann „Natürlich!“, liefern das Produkt und freuen sich über einen kleinen Auftrag.

Mit der Wozu-Strategie kann ein großer Auftrag daraus werden. So hakte Vanessa Weber nach: „Wozu braucht ein Fotograf einen Hubwagen?“ Es stellte sich heraus, dass der neue Kunde ein riesiges Fotostudio bauen wollte und für die komplette Einrichtung noch keinen Auftrag vergeben hatte. Den sicherte sich die Geschäftsführerin.

Extra-Tipp:

Verkäufer oder Mitarbeiter im Innendienst haben oft Angst, zu aufdringlich oder unverschämt zu wirken, wenn sie dem Kunden Zusatzangebote machen. Die Wahrheit ist jedoch: Die meisten Kunden empfinden passende Zusatzangebote als Service und sogar als gute Beratung.

Tipp 2: Warten Sie, bis der richtige Moment gekommen ist

Damit der Zusatzverkauf funktioniert, sollten Sie nicht zu früh mit der Tür ins Haus fallen. Machen Sie Extra-Angebote niemals, bevor sich der Kunde für Sie und Ihr Angebot entschieden hat. Wenn sich Ihr Kunde noch in der Informations- und Angebotsphase befindet, könnten Sie mit Zusatzangeboten Verwirrung stiften oder ihn gar abschrecken. Hat er sich aber bereits für Sie entschieden und befindet sich in der Abschlussphase, können Sie mit Zusatzangeboten den großen Auftrag perfekt machen.

Tipp 3: Bilden Sie Themenpakete

Am besten funktionieren Zusatzverkäufe, wenn Sie genau wissen, welches Produkt oder welcher Service am besten dafür geeignet ist. Gehen Sie dazu systematisch vor:

Bilden Sie für jedes Ihrer Produkte, das Sie häufig als Einstieg an Neukunden verkaufen, ein Paket mit dazupassenden Zusatzprodukten, die von den Kunden gern spontan dazugenommen werden.

Die meisten Verkäufer trainieren Fragetechnik, Einwandbehandlung, Abschlusstechnik … Das alles ist wichtiges Handwerkszeug und unverzichtbar. Doch eine ganz entscheidende Eigenschaft, die im Umgang mit Kunden besonders wichtig ist, trainieren nur die wenigsten: Selbstsicherheit.

Warum Sie jetzt ein persönliches Sicherheitstraining starten sollten

Beantworten Sie einmal spontan diese Frage: Von wem kaufen Sie eher: von einem etwas schüchternen Verkäufer, der die Verkaufsargumente genau kennt, aber etwas zaghaft und unsicher wirkt? Oder von einem Käufer, der schon mit seinem Auftreten zeigt, dass er sich seiner Sache zu 100 Prozent sicher ist?

Extra-Tipp:

Verabschieden Sie sich vom Perfektionismus! Akzeptieren Sie Ihre Schwachstellen, und versuchen Sie, sich Unterstützung zu sichern, wenn es darauf ankommt. Ansonsten aber konzentrieren Sie sich auf Ihre persönlichen Stärken, und suchen Sie nach den Möglichkeiten und Aufgaben, in denen Sie diese ausspielen können!

Wenn es Ihnen so geht wie den meisten, dann werden Sie bei dem selbstsicheren Verkäufer Ihr Geld lassen – denn Emotionen und nonverbale Botschaften sind im Verkauf in den meisten Fällen entscheidend. Die Konsequenz für Sie kann deshalb nur lauten, wenn Sie noch nach Fortbildungs- und Trainingsideen 2016 für sich selbst oder Ihre Mitarbeiter suchen: Trainieren Sie Ihr Selbstbewusstsein und ein überzeugendes Auftreten! Hier sind einfache Tipps, mit denen Sie Ihr Training beginnen können:

Trainieren Sie das Wie

Üben Sie nicht nur, was Sie in den wichtigen Phasen des Verkaufsgesprächs sagen – trainieren Sie vor allem, wie Sie es sagen. Rollenspiele im Kollegenkreis, in denen wichtige Verkaufssituationen einmal durchgespielt werden, sind eine hervorragende Möglichkeit dazu. Hier kann der Verkäufer einmal vor Publikum üben, seine Botschaft herüberzubringen – mit Sofort-Feedback.

So erleben Sie, mit welchen Worten, Gesten und Auftreten Sie am besten und überzeugendsten herüberkommen. Genau das können Sie dann üben, bis es zu einem natürlichen Bestandteil Ihres Verhaltens wird.

Hinter Ihrem Produkt steckt mehr, als Sie heute ahnen

Überzeugende Selbstsicherheit entsteht auch aus dem guten Gefühl heraus, ein gutes Produkt zu verkaufen, das den Kunden tatsächlich voranbringt. Deshalb sollten Sie eine einfache Methode nutzen, um die Begeisterung für Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung dauerhaft wachzuhalten: Versuchen Sie, an jedem einzelnen Tag etwas Neues über Ihr Produkt und Ihre Leistungen zu lernen:

- Lesen Sie jeden Tag einen Fachartikel, eine Gebrauchsanweisung, ein technisches Dokument, einen Einsatzbericht …
- Oder quetschen Sie einen älteren Kollegen, der schon lange dabei ist, über die Geschichte des Produkts aus …
- Oder untersuchen Sie die unterschiedlichen Einsatzmöglichkeiten bei Kunden …

Sie werden schnell feststellen, dass Sie laufend neue Ideen und Lösungen entdecken. Immer wieder stoßen Sie auf interessante Geschichten oder Anekdoten. So bleibt die Begeisterung wach, die auf den Kunden überspringen kann. Und ganz nebenbei werden Sie wahrscheinlich auch noch zu einem der gefragtesten Experten!

Kostenlos für Sie!

Die Checkliste sollten Sie vor jeder Verhandlung zumindest einmal kurz durchgehen

Verhandlungen über den Preis, über neue Konditionen oder eine Reklamation – in beinahe jeder Kundenbeziehung gibt es schwierige Gespräche. Nutzen Sie vor Ihrer nächsten Verhandlung meine sieben Tipps, die Ihnen helfen, typische Fehler zu vermeiden! Gehen Sie die Tipps vor jeder Verhandlung einmal kurz durch! Dazu habe ich die sieben Tipps in einer übersichtlichen Checkliste zusammengefasst, die Sie auch an Ihre Mitarbeiter weitergeben können.

Klicken Sie hier, um die Checkliste mit sieben Verhandlungstipps kostenlos anzufordern. Sie erhalten die Liste umgehend als PDF-Datei.

www.wegner.intem.de/coaching-brief/leser-service.php

Oder schicken Sie den folgenden Coupon ausgefüllt an meine Fax-Nummer.

Fax +49.89.2094-5501

Ja, bitte senden Sie mir die Checkliste „Sieben Tipps für Verhandlungen" kostenlos zu.

.....
Vorname/Name

.....
Firma

.....
Straße/Postfach

.....
PLZ/Ort

.....
E-Mail-Adresse

Ich habe eine Frage zu diesem Coaching-Brief – bitte rufen Sie mich dazu an! Sie erreichen mich am besten:

.....
Datum Zeit Tel.-Nr.

Tun Sie einem Freund oder Bekannten etwas Gutes! Tragen Sie hier Namen und E-Mail-Adresse eines Freundes oder Bekannten ein. Dann sende ich ihm diese Ausgabe des Coaching-Briefs mit einem freundlichen Gruß von Ihnen:

.....
Vorname/Name E-Mail-Adresse