

## Überwinden Sie Akquise-Hindernisse im Kopf

Wie viele Male wollten Sie schon jemanden privat oder geschäftlich ansprechen und haben es dann doch nicht getan, weil Sie Angst vor dem „Nein“ hatten? Denken Sie einmal darüber nach, auf welche Chancen Sie damit verzichten, nur weil Sie Angst vor einem 4-Buchstaben-Wort haben. Wie viel zusätzlicher Umsatz könnte dabei herauspringen, wenn nur einer von 10 angesprochenen Ihnen einen Auftrag erteilt? Der Umgang mit Ablehnung vom Kunden, die fast immer durch das Wort „Nein“ ausgedrückt wird, macht gerade den Unterschied zwischen Durchschnitts- und erfolgreichen Profi-Verkäufern aus. Sie können das trainieren und dadurch künftig noch erfolgreicher verkaufen:

### 1. Gewinnen Sie eine positive Einstellung

Machen Sie sich klar: Wenn ein Kunde ein Angebot ablehnt, kann das viele Gründe haben, die gar nichts mit Ihnen zu tun haben. Vielleicht hat er gerade kein Geld oder keine Zeit. Oft hat es gar nichts mit Ihnen oder Ihrem Angebot zu tun.

### 2. Stellen Sie eine Rechnung auf

Machen Sie folgende Rechnung auf: Wenn Sie beispielsweise durchschnittlich 10 Kunden ansprechen, um 1 Zusage zu bekommen, die Ihnen 1.000 € Umsatz bringt, waren auch die 9 Absagen jeweils 100 € Wert. Denn wenn Sie es nicht versucht hätten, hätten Sie den Umsatz gar nicht gemacht.

### 3. Sehen Sie ein Nein als Herausforderung

Sehen Sie eine Absage als Herausforderung: Verkaufen beginnt erst dann, wenn der Kunde „Nein“ sagt. Es ist ein tolles Gefühl, wenn Sie ihn doch noch von Ihrem Angebot überzeugen. Es motiviert Sie, nicht gleich aufzugeben. Allerdings sollten Sie nicht versuchen, dem Kunden etwas „aufzuschwatzen“, das er überhaupt nicht braucht. Dafür müssen Sie ein Gefühl entwickeln.

## Reklamation

# Bei Warenrückgabe dürfen Sie keine Abnutzungsgebühr fordern

Kunden dürfen Waren, die bereits beim Kauf defekt waren, innerhalb von 2 Jahren reklamieren. Als Händler müssen Sie sie innerhalb dieser Frist zurücknehmen, wenn eine Reparatur nicht möglich ist. Sie dürfen für die Nutzung von einem Verbraucher keine Entschädigung verlangen (Bundesgerichtshof, 26.11.2008, Aktenzeichen: VIII ZR 200/05). Eine solche Ersatzpflicht, wie sie das deutsche Recht in § 346 BGB vorsieht, verstößt gegen EU-Recht. Die Bundesregierung hat bereits eine Neuregelung angekündigt.

### ! Tipp

Der Wertersatz für die Nutzung war ohnehin schon immer schwierig zu bemessen und hat häufig zu Verärgerung bei Kunden geführt. Sie gewinnen mehr, wenn Sie sich kundenfreundlich zeigen: Tauschen Sie reklamierte Waren ohne Diskussion aus, wenn sie sich nur schwer oder gar nicht reparieren lassen. Das ist zwar mit Kosten verbunden. Langfristig zahlt sich das aber durch zusätzliche Umsätze mit zufriedenen Kunden aus!

## € Werbe-Tipp des Monats



Guido Steimel  
Werbetexter  
Hennef  
[www.textmenues.de](http://www.textmenues.de)

### Warum Sie bei keinem Brief an Kunden auf ein PS verzichten sollten

„Übrigens ..., was ich noch sagen möchte ...“ Am Ende eines Gesprächs gewinnen Sie mit dieser Bemerkung nochmals Aufmerksamkeit. Genau das erreichen Sie in Briefen mit einem PS – in Werbebriefen genauso wie in Rechnungen.

Das PS wird häufig direkt nach der Überschrift gelesen – noch vor dem Haupttext. Sie machen Ihren Leser im PS richtig neugierig auf den übrigen Brief. Einen verlockenden Vorteil im PS präsentiert – schon will der Leser alles wissen.

Im PS machen Sie z. B. Ihr im Haupttext beworbenes Angebot nochmals besonders schmackhaft oder Sie bringen etwas Neues. Neu kann sein: Ein besonderes Angebot am Ende Ihrer Rechnung, ebenso der Hinweis auf Ihren Tag der offenen Tür mit tollen Schnäppchen.

Beispiel: „Sparen Sie ab sofort bis zu 35 % Heizkosten, ohne eine einzige Investition zu tätigen!“ Neben Vorteilen machen sich im PS auch Garantien gut. Ebenfalls PS-geeignet: Erzeugen Sie Dringlichkeit und damit schnelle Reaktionen, indem Sie Ihr Angebot befristen.

Fordern Sie nach einer solchen Aussage direkt zu einer Handlung auf! Etwa so: „Bestellen Sie gleich Ihren kostenfreien Info-Flyer mit dem beiliegenden Antwort-Fax!“

**PS: So gewinnen Sie mit einem PS mehr Kunden.**