

5 Methoden, mit denen Sie einen Verkauf perfekt machen

Sie präsentieren dem Kunden exakt das Angebot, das seinen Vorstellungen entspricht. Wie das aussieht, haben Sie zuvor im Verkaufsgespräch herausbekommen. Es gibt aber Kunden, die dann immer noch unsicher sind. An diesem Punkt ist Ihr Argumentationsgeschick gefragt. Überzeugen Sie den Kunden von den Vorteilen des Kaufs und bringen Sie das Geschäft zum Abschluss. Diese fünf Methoden helfen dabei:

1. Einwand-vorweg-Methode

Sprechen Sie mögliche Einwände des Kunden, die ihn vom Kauf abhalten könnten, von sich aus an. Versuchen Sie diese zu klären bzw. zu entkräften: *„Sicher, das Radio hat seinen Preis. Dafür haben Sie eine fünfjährige Garantiezeit.“*

2. Bilanz-Methode

Zählen Sie die für den Kunden wichtigsten positiven und negativen Aspekte auf. Nennen Sie Minuspunkte dabei immer zwischen 2 Pluspunkten. Am Ende ziehen Sie eine positive Bilanz: *„Der Preis ist unschlagbar. Zugegeben, ... hat das Produkt nicht. Insgesamt sprechen vor allem ... für das Produkt.“*

3. Gelegenheits-Methode

Machen Sie dem Kunden deutlich, dass der Kauf eine einmalige Gelegenheit ist. Sollte er die nicht nutzen, würde er sich später ärgern: *„Wenn Sie sich jetzt dafür entscheiden, bekommen Sie 10 % Rabatt.“*

4. Alternativ-Methode

Lassen Sie den Kunden entscheiden: Präsentieren Sie ihm zwei Produkte, zwischen denen er wählen kann.

5. Empfehlungsmethode

Empfehlen Sie als neutraler Berater ein Produkt oder eine Dienstleistung. Nehmen Sie dabei Bezug auf die Wünsche des Kunden, die Sie im Verkaufsgespräch herausgehört haben: *„Nach allem, was Sie mir beschrieben haben, rate ich Ihnen ...“*

Pflicht zur Entsorgung von Verpackungen

Bußgeld bis 50.000 € droht – so finden Sie schnell einen Entsorger

Bereits seit dem 1.1.2009 sind alle Unternehmen verpflichtet, für ihre Verpackungen eine Lizenzgebühr an einen Entsorger zu zahlen, wenn sie Verpackungen an Endverbraucher abgeben. Das schreibt die neue Verpackungsverordnung vor (§ 6 Verpackungsverordnung). Als Bäcker zahlen Sie z. B. für die Brötchentüten, als Online-Händler für die Versandverpackungen. Auch wenn das pro Verpackung jeweils nur Bruchteile von Cents sind, kann das im Jahr zu erheblichen Mehrkosten für Sie führen.

Noch gibt es aber viele Unternehmen, die glauben, für sie würde die Verpackungsverordnung nicht gel-

ten. Aber selbst Kleinunternehmen sind davon betroffen. Wer sich nicht einem Entsorgungssystem anschließt, dem droht ein Bußgeld von bis zu 50.000 €. Anwälte berichten bereits von ersten Verfahren gegen Unternehmen.



Tipp

Nutzen Sie Verkaufs- oder Versandverpackungen und haben sich bisher noch keinem Entsorger angeschlossen, holen Sie das schleunigst nach. Derzeit gibt es 9 zugelassene Anbieter. Den für Sie günstigsten finden Sie durch eine kostenlose Ausschreibung über www.reasybid.de.

€ Werbe-Tipp des Monats



Guido Steimel
Werbetexter
Hennef
www.textmenues.de

Nur 1 Angebot pro Werbeaktion – so überzeugen Sie Ihre Kunden erfolgreicher

Ein Fehler, den Sie häufig in der Werbung sehen: In Anzeigen werden auf engstem Raum so viele Angebote wie möglich untergebracht. Es soll ja möglichst für jeden etwas dabei sein. Doch solche Anzeigen verfehlen ihre Werbewirkung. Das Auge des Betrachters findet keinen Anhaltspunkt. Die Angebote werden schlicht nicht wahrgenommen. Besser: Stellen Sie ein Top-Angebot pro Werbeaktion heraus und zeigen Sie dessen Nutzen, der potenziellen Kunden sofort ins Auge sticht!

Beispiel: Sie bieten Serviceleistungen rund ums Haus. Dann werben Sie nicht mit „Serviceleistungen rund ums Haus“, sondern pro Werbeaktion immer nur mit einer Leistung! Im Frühling z. B. so: „Ihren Garten aus dem Winterschlaf wecken“. Im Winter mit „Streudienst schon morgens vor sieben!“, einmal mit „Ihre Autoscheiben vor der morgendlichen Fahrt vom Eis befreien“.

Sie haben Angst, dadurch zu wenig potenzielle Kunden anzusprechen? Sehen Sie es so: Käufer, die Sie mit gezielten Angeboten gewinnen, können Sie besser zufrieden stellen. Und wenn Sie erstmal einen zufriedenen Kunden gewonnen haben, zeigen Sie ihm nach und nach, was Sie noch Gutes für ihn haben.