

Wir lernen viel und wissen wenig...

Börsen-Kurier 20 vom 16.5.2002

KOMMENTAR

Vorsorge durch langfristige Kundenbindung
und bedarfsgerechten Verkauf

Wir lernen viel und wissen wenig...

Was sind derivative Finanzinstrumente? Welche Probleme tauchen für Unternehmer im Zusammenhang mit der „Abfertigung-Neu“ auf? Was steht im neuen Österreichischen Corporate Governance Kodex?

Sie wissen es? Hervorragend! Sicher gibt es immer wieder Situationen, in denen Sie dieses Wissen auch brauchen. Doch ist es dieses Wissen, das Sie Ihren Kunden näher bringt? Ist es dieses Wissen, das eine langfristige Geschäftsbeziehung aufbaut?

Fragen über Fragen

Was wissen wir über unsere Kunden? Geben Sie sich eine ehrliche Antwort. Hier und jetzt. Keine Angst, niemand bemerkt es, wenn Sie sich jetzt eingestehen, daß Sie möglicherweise außer den „Stammdaten“ nicht sehr viel über Ihre Kunden wissen.

Welche Unternehmensziele verfolgt die Firma X?

Welche Prioritäten setzt Kunde Y in seiner persönlichen Lebensplanung?

Welche Erfahrungen hat der Kunde bisher gemacht, worauf legt er besonderen Wert?

Bei solchen oder ähnlichen Fragen hilft Fachwissen nicht. Die folgenden Angebote sind ungenau, falsch oder kommen zu spät, weil wir den Bedarf des Kunden nicht kannten.

Frustrierend oder?

- Immer neue Kunden suchen.
- Seminare für Einwandbehandlung buchen.
- Bücher lesen, um hinter die Geheimnisse der Starverkäufer zu kommen.

Anforderungen

Wie lange noch? Die Anforderungen an Verkäufer steigen

ständig. Ziele werden immer herausfordernder, Produkte komplexer, Kunden anspruchsvoller.

Erfolg durch Wissen

Es gibt nur ein „Geheimnis“ hinter dem Erfolg: Wissen. Nicht erlerntes Fachwissen, sondern das Wissen um die Bedürfnisse der Kunden. Doch leider bleibt uns dieses Wissen verborgen, denn von Kindesbeinen an hören und lernen wir: „Sei nicht so neugierig!“, „Frag nicht so viel!“

Tabus brechen

Als Verkäufer heißt es also „ver-lernen“, mit den Tabus aus der eigenen Erziehung brechen und fragen.

Den Kunden einfach fragen:

- Nach seinen Erwartungen an Produkt und Service,
- nach seinen Erwartungen an seinen Betreuer,
- nach seinen Erwartungen an das Leben, seine Zukunft, seine Ziele,
- nach seinen bisherigen Strategien, Ziele zu erreichen.

Mehr fragen, weniger argumentieren. Zuhören, anstatt Einwände behandeln.

Denn:

Wer zuhört, der versteht. Wer versteht, der verkauft, meint ihr

BK20/Ing. Robert Feistritzer,
Unternehmensberater & Wirtschaftstrainer

Börsen-Kurier - Netztip

www.feistritzer.at