

Vier gewinnt – das Verkaufsgespräch – mit Sandra Schubert im Erfolgsforum  
17.7.2011

Eine souveräne und erfahrene Verkaufstrainerin war am 12.7. zu Gast im Erfolgsforum Rosenheim und begeisterte das volle Haus. Der übliche Stuhlkreis war dafür doppelt.

Es ging um 4 Phasen im Neukundengespräch – verbunden mit den **Persönlichkeitstypen von C.G. Jung**. Eine interessante und wirksame Kombination. Jung hat mit den zwei Dimensionen aus den Polen Extraversion – Introversion sowie Denker – Fühler vier Typen geschaffen, die heute die Grundlage vieler kommerzieller Persönlichkeitsprofile bilden.

So ist in der ersten Phase des Verkaufsgesprächs, der **Kontaktphase**, eigentlich klar, dass jeder Typ verschieden angesprochen werden sollte. Ein extrovertierter Denker sucht kurz und knapp Ergebnisse und benötigt keinen langen Small-Talk. Den Gegenpol dazu bildet der introvertierte Fühler mit seinem Bedürfnis nach Miteinander und einem starken Wir-Gefühl. Hier ist auch der persönliche Einstieg bzgl. Gemeinsamkeiten, Vorerfahrungen und ehrlich gemeinten Komplimenten sinnvoll.

Die zweite Phase des Verkaufsgesprächs bildet die **Bedarfserhebung**. Hier müssen viele offene Fragen gestellt werden. Haben wir nicht schon alle Situationen erlebt, dass ein Verkäufer diese Phasen übergangen hat und uns gleich sein wunderbares Produkt mit den nach seiner Meinung wichtigen Eigenschaften vorgeführt hat – ohne uns nach unseren Bedürfnissen zu fragen? Als wichtiger zweiter Teil dieser Phase sollte der Kunde gefragt werden, was ihm wichtig ist und warum. Die so ergründeten Motive erlauben nicht nur weitere Rückschlüsse hinsichtlich des Persönlichkeitstyps, sondern auch eine zielgerichtete Argumentation.

Diese Phase der **Argumentation** beginnt in der Regel mit der Produktpräsentation, die sich im Inhalt nach den vorher ermittelten Bedarfsinformationen richten sollte. Dabei ist auch wichtig, die präsentierten Produkteigenschaften (=Stärken) mit dem Brückensatz „das bedeutet für Sie...“ in seinen Kundennutzen zu übersetzen. Und hier ist wieder eine Ahnung von seinem Profil gefragt. Denn für den Kunden ist vielleicht etwas ganz anders wichtig und von Nutzen, als für mich als Verkäufer.

Auch bei Einwendungen und Kaufhemmungen des Kunden kann ich immer leichter argumentieren, wenn ich seine sachlichen und emotionalen Bedürfnisse kenne und wieder auf diese verweisen.

Aufgrund der beschränkten Zeit war es an diesem Abend nicht mehr möglich ausführlich auf die von vielen Verkäufern gefürchtete **Abschlussphase** einzugehen. Diese ist eigentlich kein Problem mehr, wenn die Argumentationsphase mit ihrer nutzenorientierten Argumentation immer wieder „Testfragen“ enthält, in der sich der Verkäufer versieht, dass sein Produkt mit dieser Eigenschaft beim Kunden ankommt.

Die Teilnehmer bewerteten den an diesem Abend erarbeiteten roten Faden für das Verkaufsgespräch im Rahmen der Feedbackbogen als hervorragend.

Als Fortsetzung des gelungenen Trainingsabends wird das Erfolgsforum am 08. Und 09. Dezember **ein offenes Seminar** über 1,5 Tage mit Frau Schubert anbieten.

Mehr dazu auf den Websites

<http://www.sunternehmensentwicklung.de/erfolgsforum-12.7.2011-neukundengespraech.html>  
[www.schubs.com](http://www.schubs.com)

