



Gehen Sie auf die Wünsche potenzieller Kunden ein und zeigen Sie Ihnen individuelle Lösungen auf.

Verkaufsgespräche souverän steuern

KOMMUNIKATION ■ Verhandeln will gelernt sein und es bedarf – bei aller Strategie – vor allem viel menschlichen Gespürs, um ein Verkaufsgespräch tatsächlich souverän zu steuern. Unser Autor zeigt auf, worauf es ankommt.

Theo Bergauer

Verkaufen sowie Verhandeln hat sehr viel mit Souveränität zu tun, mit der Fähigkeit, eigenständig und selbstbestimmt zu denken, zu fühlen und zu handeln, spricht sich immer wieder auf neue Situationen und Gesprächspartner einzustellen.

Souveräne Unternehmer und Verkäufer im Baugewerbe verfügen über die notwendigen fachlichen und sozialen Kompetenzen, um erfolgreiche Verkaufsgespräche zu führen und ggf. auch Verhandlungssicherheit zu demonstrieren.

Sie beweisen Eigeninitiative und treffen zum richtigen Zeitpunkt die richtige Entscheidung. Sie begegnen aufgrund positiver persönlicher Erfahrungen und gesichert durch ein persönliches Wertefundament den Herausforderungen im Verkauf gelassen und dem Verhandlungspartner auf Augenhöhe.

Gerade schwierige Verhandlungen, sei es um den Preis, bei Reklamationen oder hinsichtlich erbrachter/noch zu erbringender Leistungen, begehen souveräne Unternehmer und Verkäufer im Baugewerbe auf der Basis eines grund-

sätzlich wertvollen Umgangs mit ihren Kunden, Lieferanten und Partnern.

Dominantes Kaufmotiv erkennen

Kunden haben ein primäres Kaufinteresse. Sie wollen eine gute Dämmung für ihr Haus oder den Ausbau ihrer Wohnimmobilie. Das wissen Verkäufer entsprechend der von ihnen vertriebenen Produkte und/oder Dienstleistungen. Das Verkaufsgespräch verläuft schnell, der Kunde kauft oder bestellt und alle sind zufrieden.

Aber reicht das aus? In manchen Fällen schon. Da würde es sicherlich eher schaden, dem Kunden lange und ausführlich irgendetwas zu erklären, von dem er erkennbar nichts wissen will. Es gibt jedoch auch genügend andere Fälle, in denen Kunden hinterher enttäuscht sind, weil sie beim Verkauf nicht über bestimmte Dinge informiert wurden.

Kunden müssen nicht immer Fragen stellen. Manchmal sollten Sie als Bauunternehmer auch ungefragt auf Möglichkeiten hinweisen, die der Kunde in diesem Moment nicht bedenkt.

Nur so kommt hinter dem primären Kaufinteresse plötzlich das dominante Kaufmotiv zum Vorschein und verändert so manche Perspektive – die des Kunden ebenso wie die des Verkäufers: Aus der aktuell wirtschaftlich sinnvollen Dämmung für das Haus wird eine Investition in die Zukunft, mit dem Wunsch, die Kosten später im Alter und mit weniger Einkommen besser im Griff zu haben.

Verkaufen macht Verhandeln oft überflüssig

Auch wenn es im Baugewerbe von „fabelhaften“ Produkten und Leistungen oft nur so wimmelt, sollten weder der Ansprechpartner noch die Produkte zu Fabelwesen werden.

Kunden brauchen Informationen, mit denen sie etwas anfangen können, und genau im richtigen Maß. Es liegt also an Ihnen herauszufinden, was der Kunde bereits weiß, ihn in diesem Wissen zu bestätigen oder ihm etwas anderes zu empfehlen.

Hier dienen ausgewählte Angaben und Hinweise letztendlich der Entscheidungsfindung. Fakten sind wichtig, keine Frage, es kommt jedoch immer darauf an, wie diese präsentiert werden.

Bauunternehmer können und sollen im Verkaufsgespräch ihrem Kunden Geschichten erzählen, dürfen ihm aber kein Märchen aufbinden. Werte spielen dabei eine entscheidende Rolle: Hat ein Kunde das Gefühl, über den Tisch gezogen oder zu einer Entscheidung gedrängt zu werden, wird er nicht abschließen.

Nur in seltenen Fällen gibt es ein Haus oder eine Bauleistung exklusiv nur

bei diesem einen Anbieter. Umso wichtiger sind Ehrlichkeit, Vertrauen und Verantwortung, die der Kunde beim und im Umgang mit dem Bauunternehmen spüren muss, denn diese bilden die Basis für eine souveräne Verhandlung und einen erfolgreichen (Ver-)Kauf.

Das Lenkrad fest im Griff haben

Viele Bauunternehmer sind im Verkaufsgespräch so lange souverän und Herr der Lage, bis der Kunde einen Einwand ausspricht. An dieser Stelle lassen sie sich verunsichern und wissen oft nicht, wie sie damit umgehen sollen.

Noch problematischer ist es, wenn Bauunternehmer ihren Kunden sogar erst dazu bringen, einen Einwand zu äußern. Letztlich nicht vollkommen überzeugt von dem, was sie anbieten, weisen sie auf jedes Risiko, jede Unabwägbarkeit hin. Dies geschieht in der vermeintlichen ethischen Pflicht, dem Kunden alles, aber auch wirklich alles, zu erzählen, auch wenn es vielleicht nur in einem von 100.000 Fällen vorkommt.

Der Kunde ist an dieser Stelle verunsichert und plötzlich fallen ihm selbst unendlich viele weitere Fragen ein. Einwand über Einwand wird genannt und macht dem Unternehmer, wie es scheint, fast schon wunschgemäß, das Leben schwer.

Auf die Wünsche des Kunden eingehen

Bei einem Verkaufsgespräch geht es nicht darum, die Wahrheit zu verschönern oder zu verschleiern. Dies sollte nicht Ihr Ansatz sein. Viel mehr geht es darum, dass Sie beim Gespräch mit dem Kunden durch gezielte Fragen herausfinden, was er genau wünscht bzw. was seine Vorstellungen sind.

Haben Sie sich erst einmal darüber ein konkretes Bild verschafft, dann ist es an Ihnen, dem Kunden die entsprechende individuelle Baulösung zu präsentieren.

Wenn Sie so vorgehen, sollte es eigentlich kein weiteres Hinterfragen vonseiten des Kunden geben. Kommt doch einmal ein berechtigter Einwand, den Sie im Vorfeld nicht bedacht haben, helfen folgende 7 Handlungsempfehlungen, um

den Einwand entsprechend zu behandeln und doch noch zum Abschluss zu gelangen:

- Fragen
- Erklären
- Dementieren
- Akzeptieren
- Umkehren
- Lösung
- Alternative suchen: Was schlagen Sie vor?

Intuitiv liegt es an Ihnen, an dieser Stelle zu entscheiden, für welche der Möglichkeiten Sie sich – passend zur jeweiligen Verhandlungssituation – entscheiden. Über allem steht jedoch immer eines: dem Kunden zu signalisieren „Ich verstehe dich! Ich nehme deinen Einwand ernst (deshalb stelle ich Fragen) und bin fachlich kompetent (deshalb erkläre ich den dafür wichtigsten Punkt noch einmal intensiv).“

Fazit

Verkaufen sowie Verhandeln kann entweder Spaß machen oder nicht – sowohl dem Kunden als auch Ihnen. Dementsprechend wird auch der Erfolg ausfallen – sowohl für den Verkäufer als auch für das Bauunternehmen.

Je offener und verantwortungsvoller Menschen im Verkaufsprozess mit Verhandlungen umgehen, umso mehr rückt das in den Mittelpunkt, was zählt: ein begeisterter Kunde, ein erfolgreicher Unternehmer als langfristiger Partner des Kunden und ein wirtschaftlich florierendes Bauunternehmen. ■



AUTOR

Der Diplom-Bauingenieur und Diplom-Wirtschaftsingenieur Theo Bergauer ist seit 20 Jahren als Trainer und Coach für persönliche

Entwicklung und unternehmerische Prozesse aktiv.

Baugewerbe

Online-Archiv

Alle Fachbeiträge unter
www.baugewerbe-magazin.de
Schlagworte: Akquise • Kommunikation