

Vorzeitige Ergüsse haben meist sehr unbefriedigende Folgen für alle Beteiligten. Auch im Vertrieb ist das nicht anders. Und dennoch machen viele, selbst erfahrene Verkäufer, diesen Fehler.

UND EWIG LOCKT DER KUNDE

Oft ist die Versuchung groß: Der Kunde sagt schon im ersten Gespräch: „*Schicken Sie mir ein Angebot zu*“ und macht den Eindruck als würde er sich schnell für Sie entscheiden. Und Sie greifen zur Tastatur und komponieren ein eindrucksvolles Angebot aus den besten Textbausteinen. Untermalt mit bunten Prospekten und vielsagenden Datenblättern und eingehüllt in eine Hochglanz-Angebotsmappe wird das Ganze noch mit Ihrer Visitenkarte garniert. Dann landet das Prachtstück beim Kunden und später wundern Sie sich, dass der Kunde nicht ebenso begeistert ist, wie Sie selbst.

Aber was lief falsch? „*Schicken Sie mir ein Angebot*“ ist oft genug die höflich gemeinte Variante von „*Lass mich in Ruhe!*“

Ein Gutes Angebot ist die überzeugende Antwort auf tatsächlich vom Kunden gestellte Fragen. Nicht mehr, aber auch nicht weniger.

SO MACHEN SIE ES RICHTIG

Bevor Sie sich hinreißen lassen, ein schriftliches Angebot zu erstellen, sollten Sie mindestens ein mündliches O.K. vom Kunden haben. Das bekommen Sie freilich nur,

- wenn Sie genau verstanden haben, welches Problem der Kunde aus seiner Sicht lösen will,
- welche Auswirkungen dieses Problem für den Kunden heute hat und
- was er sich von der der Lösung an messbaren Verbesserungen verspricht.

Jetzt können Sie sich Ihr mündliches O.K. holen:

AUFTRAG VOR DEM ANGEBOT?

„*Herr Kunde, wenn Sie morgen in Ihrer Post unser Lösungsangebot finden, wann können wir mit einem schriftlichen Auftrag rechnen?*“

Wenn die Reaktion jetzt eher verhalten ist, dann nutzen Sie die Chance mehr über die Widerstände zu erfahren:

„*Herr Kunde, Ihre Reaktion lässt mich vermuten, dass Sie noch Zweifel an unserer Lösung haben. Bitte lassen Sie mich wissen, was sie zögern lässt.*“

Oder

„*Bitte sagen Sie mir, nach welchen Kriterien, Sie unser Angebot bewerten werden...*“

SCHÜTZEN SIE SICH VOR DER SALAMI-TAKTIK

Wenn Ihr Kunde einen Hinderungsgrund nennt, gehen Sie noch nicht sofort darauf ein! Stellen Sie zuerst sicher, dass alle Gründe genannt wurden: „*Sie haben mir jetzt einen (einige) Punkte zu der vorgeschlagenen Lösung genannt, die Sie kritisch sehen. Welche weiteren Punkte möchten Sie ergänzen?*“

Erst wenn Ihr Kunde alle seine Einwände vorgebracht hat, gehen Sie auf die Punkte ein. So verhindern Sie, dass sie auf einzelne Punkte eingehen und Ihr Verhandlungspartner, dann noch nachlegt. Erst wenn alle Punkte auf dem Tisch liegen, beginnen Sie Aussagen zu den Einwendungen und ggf. Zugeständnisse zu machen. Fassen Sie die Punkte kurz zusammen. Dann überlegen Sie sich, bei welchen Punkten Sie Ihr Angebot ändern möchten, und auf welchen Inhalten Sie bestehen wollen.

TIPPS ZUR UMSETZUNG

- Warten Sie mit dem Versenden eines Angebotes solange, bis Sie sicher sind, dass es sich um ein annehmbares Angebot im Wahrsten Sinne des Wortes handelt!
- Verwenden Sie im Angebot ausschließlich Nutzenargumente nach dem Muster: „*Sie möchten ... wir liefern ...*“.
- Lassen Sie sich nicht auf die Salami-Taktik ein: Verhandeln Sie Inhalte des Angebotes nur im Ganzen, nicht Einwand für Einwand.