

## Was Top Verkäufer auszeichnet – Ethik statt Abzocke!

**Eine aktuelle Studie macht es deutlich: Die Zufriedenheit der Kunden mit den Verkäufern ist in den letzten Jahren signifikant gesunken.**

Nur zwei Prozent aller Verkäufer zählen zur Top-Liga, haben eine Abschlussquote von 90% und mehr. Ulrike Knauer, Trainerin, Business Coach und Autorin hat sich intensiv mit der Frage beschäftigt, warum es einigen wenigen gelingt, langfristig erfolgreiche Geschäfte sogar in wirtschaftlich schwierigeren Zeiten zu machen, während andere kaum Abschlüsse tätigen.

Und beim genauen Hinschauen stellt man fest, dass sich all diese TOP-Verkäuferinnen und Verkäufer sehr ähnlicher Verkaufs- und Arbeitstechniken bedienen und sich durch ganz bestimmte Charaktereigenschaften auszeichnen, wie zum Beispiel eine hohe Werteorientierung.

Es sei müßig, möchte man meinen, weiter über Verkauf nachzudenken, da doch schon so viel darüber gesagt und geschrieben wurde. Aber die Welt bleibt nicht stehen und im gleichen Maße ändern sich auch die Verkaufstechniken. In einer Verkaufsstudie der Infoteam Sales Process Consulting AG aus dem Jahr 2009 wurde analysiert, warum Verkäufer scheitern. Und dies wurde sowohl aus Einkäufer- als auch aus Verkäufersicht beleuchtet.

Das Ergebnis in Stichworten:

Einkäufer geben folgende Gründe für das Scheitern der Geschäftsanbahnung an:

- Verkäufer haben die Bedürfnisse des Kunden nicht verstanden
- Und damit auch nicht die beste Lösung angeboten
- Erstgespräche sind oft schlecht vorbereitet
- Der Nutzen für den Kunden wurde nicht quantifiziert
- Das Angebot beinhaltet Kommunikationsdefizite
- Geringe Verlässlichkeit der gegebenen Versprechen
- Anfragen werden nur mit Verzögerung beantwortet
- Mehrumsätze mit Stammkunden werden verschlafen

Die befragten Verkäufer meinten hingegen:

- Der Kontakt war nicht mit dem richtigen Entscheider
- Mitbewerber hatte besseren Preis
- Mitbewerber hatte die bessere Lösung
- Der Einstieg des Anbieters in das Auswahlverfahren erfolgte zu spät
- Die Chemie zwischen den Beteiligten hat nicht gestimmt

Wenn ein Verkaufsabschluss zustande kommt, fragt anschließend selten jemand genau nach dem warum. Und nicht selten steht man ziemlich ratlos da, wenn ein Verkaufsgespräch

gänzlich misslungen und es zu keinem Abschluss gekommen ist. Was erwarten denn die Kunden von Verkäufern – und was sind die Erfolgsfaktoren im Verkauf?

Vorneweg eine ernüchternde Erkenntnis: Die Zufriedenheit der Kunden mit den Verkäufern hat sich seit 2004 signifikant verschlechtert.

**Grobe Mängel zeigen sich!** Die Studien-Ergebnisse sind zum Teil verblüffend. So fragen zum Beispiel nur 25% der Verkäufer nach einem möglichen Zusatzgeschäft, was eigentlich selbstverständlich sein sollte. Über die Hälfte der Kunden sehen einen klaren Nachholbedarf bei der Professionalität der Verkäufer: Diese müssten besser erreichbar sein, sich mehr am Dienstleistungsgedanken orientieren und sich viel besser vorbereiten. Vor allem das Zuhören und damit auch das Erkennen und Verstehen der Kundenwünsche lässt stark zu wünschen übrig.

Durch dieses „Nicht Verstehen“ wird das Angebot auch nicht individualisiert und der Kundennutzen nicht herausgearbeitet. Gerade einmal 4 von 100 Kunden erkennen einen individualisierten Kundennutzen, wobei jeder fünfte Verkäufer überzeugt ist, er hätte in seiner Argumentation den Nutzen deutlich genug betont. Der Kunde fühlt sich nicht verstanden und damit auch nicht professionell betreut. Kein Wunder, wenn er dann nicht kauft! „Kompetenz als Verkäufer zeige ich, wenn ich den wirklichen Kundennutzen in den Vordergrund stelle und nicht mein Produkt!“, meint Knauer und sagt weiter: „Lassen sie ihre Selbstdarstellungs-Plattitüden sein – das vermittelt keine Kompetenz.“

„Manchmal habe ich das Gefühl, unsere Verkäufer sind im Dornröschenschlaf“, sagt die Verkaufstrainerin. „Warum kümmern sie sich nicht um ihre Kunden? Ist es Unkenntnis, Bequemlichkeit oder Übersättigung?“ Viele Verkäufer überschätzen einfach ihre Professionalität! Das trifft laut zitierter Studie leider auch auf deren Fachkompetenz zu. Vier von zehn Kunden sehen hier ein großes Verbesserungspotential. Das wiegt umso schwerer, da aus Sicht der Einkäufer gerade Fachkompetenz und Professionalität ganz an der Spitze ihrer Erwartungen an die Verkäufer stehen.

Wenn also Frau Knauer in ihren Seminaren von „Walk the Talk“ spricht, geht es ihr genau um diese werteorientierten Charaktereigenschaften und Integrität, die allerdings Reife und Persönlichkeit verlangen. Der Verkäufer muss sich nicht in den Mittelpunkt des Gespräches rücken, sondern sollte dem Kunden wirklich zuhören und lösungsorientiert denken, ohne Selbstdarstellung. Das Klinkenputzer-Image haftet schon viel zu lange dem Verkauf an, wobei sich doch alles im Leben um Kaufen und Verkaufen dreht und viele Menschen Millionen damit verdienen.

Warum kauft ein Kunde? Die Kaufentscheidung ist immer auch emotional und erfolgt über Vertrauen. Wenn ein Verkäufer im Verkaufsgespräch nur Techniken einsetzt und nicht wirkliche Integrität und Professionalität vermittelt, wird er langfristig nicht verkaufen. Der Kunde spürt, wenn ein Verkäufer nur mit Techniken ans Ziel gelangen will. Seine Körpersprache spricht Bände – und das wird schneller wahrgenommen, wenn auch nicht bewusst, und auch geglaubt. Ethik und Werte zu vermitteln - und - zu leben bringt langfristig Erfolg!

Die Mehrheit der Verkäufer reflektiert auch zu wenig ihr Verhalten und zieht aus Misserfolgen kaum Konsequenzen. Holen Sie sich Feedback vom Kunden – auch bei

gewonnenen Aufträgen. Dazu brauche es zwar etwas Mut und eine Kultur der Selbstkritik, aber es lohnt sich in jedem Fall, meint Knauer.

- Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Verkäufer ihre Professionalität deutlich überschätzen und dazu noch ihr Vorgehen mangelhaft reflektieren. Dabei wäre es so leicht, viele dieser Fehler als Verkäufer zu vermeiden, Konsequenzen aus Misserfolgen zu ziehen und zu reflektieren.

**Expertin:**

Ulrike Knauer ist freiberufliche Trainerin, Business Coach und Autorin mit den Schwerpunkten wertorientierter Verkauf und Kommunikation. Die studierte Betriebswirtin war 20 Jahre im Key Account Management tätig und hat sich für ihr neues Buch „Was Spitzenverkäufer auszeichnet – Ethik statt Abzocke“ mit den Erfolgsfaktoren erfolgreicher Verkäufer beschäftigt.

**Das Buch: Was Spitzenverkäufer auszeichnet – Ethik statt Abzocke!**

von Ulrike Knauer

Broschiert: 195 Seiten

Verlag: Gabler; Auflage: 1 (11. März 2010)

ISBN-10: 3834918016

ISBN-13: 978-3834918017