

Mein Freund, der Kunde

Kunden gewinnen und behalten

von Jürgen Frey

Sie fragen sich, wie Sie als Trainer Ihren Umsatz steigern können? Das hängt von einigen Faktoren ab – der wichtigste davon ist Ihr Kunde. Bedenken Sie, dass sich Kunden im Laufe der Zeit verändern, heute ticken sie anders als noch vor ein paar Jahren. Denn Produkte und Dienstleistungen sind sich inzwischen immer ähnlicher geworden. Sogar der Service gleicht mittlerweile wie ein Ei dem anderen. Die Folge dessen ist ein neuer Entscheidungsprozess: Die Menschen wollen dort kaufen, wo sie ein gutes Gefühl haben und entscheiden immer weniger nach dem Preis, sondern danach, ob die Wertebasis des Anbieters zu ihrer eigenen passt. Geben Sie Ihren Kunden dieses Gefühl und machen Sie sie zu Ihren Freunden! Wahrscheinlich fragen Sie sich jetzt, ob Sie richtig gelesen haben: Der Kunde als Freund? Der Verkäufer als Freund? Ist das überhaupt möglich? Ja – und nicht nur möglich.

Meine Devise lautet daher: Weg mit den manipulativen Verkäufer-Tricks, damit bekommen Sie keine Trainings mehr an den Mann gebracht. Werte wie Ehrlichkeit und Verlässlichkeit sind heute der Schlüssel zum Erfolg – aggressives Verkaufen mit aller Macht hat ausgedient. Zeitgemäßes Kundenmanagement sieht heute anders aus. Beziehungen und Vertrauen stehen in Geschäftsbeziehungen hoch im Kurs, daher ist eine nachhaltige Kundenbeziehung das erklärte Ziel. Dementsprechend müssen sich Trainer auf den „neuen“ Kunden einstellen und eine über den Abschluss hinausgehende Geschäftsbeziehung anstreben. Für Verkaufstrainer bedeutet das: Auch Verkaufstrainings gehen heute anders. Neue Trainingskonzepte müssen her!

Nicht nur Sie, auch Ihre Kunden müssen sich komplett neu ausrichten, um den neuen Kundentypus zu erreichen, zu überzeugen und zu begeistern. Das heißt: Verkäufer und Vertriebsmitarbeiter sollten nicht nur umdenken, sondern ein komplett neues Denken entwickeln. Das erfordert Beratung, Training und Coaching in Umgang mit dem neuen Kunden. Für Sie als Trainer bedeutet das: In Ihren Seminaren zu trainieren, wie Verkäufer bestmöglich Produkte verkaufen, reicht nicht mehr aus. Zeigen Sie den Teilnehmern, wie Sie Emotionen verkaufen und dem Kunden das gute Gefühl geben, bei Ihnen richtig zu sein.

Und das ist noch nicht alles, denn was für Ihre Kunden gilt, gilt auch für Sie: Auch Ihre Kunden wollen ein gutes Gefühl haben, wenn sie sich für Sie als Trainer entscheiden. Sorgen Sie also dafür, dass Sie durch Ehrlichkeit, Authentizität und Verlässlichkeit überzeugen. Sehen Sie den Kunden nicht nur als Dienstleistungsabnehmer. Service hat immer mit menschlicher Begegnung zu tun. Broschüren, Flyer, alles was Sie Ihren Kunden vorab an Material zukommen lassen, ist abstrakt. Bei der Begegnung mit dem Kunden zeigen Sie jedoch das menschliche Gesicht, das

für Ihr Unternehmen steht. Zeigen Sie, dass Ihre Wertversprechen nicht nur leere Worte sind, sondern auch gelebt werden. Hier wird offensichtlich, ob das Portemonnaie des Kunden das erklärte Ziel ist oder ob er auch als Mensch wahrgenommen wird und auf seine Bedürfnisse und Emotionen eingegangen wird. Bedenken Sie immer: Der Kunde hat die Wahl zwischen Tausenden von Anbietern, die ihn bei der Lösung seines Problems begleiten, beraten oder ihm neue Wege aufzeigen. Für eine dauerhafte, freundschaftliche Kundenbeziehung ist die Zufriedenheit Ihres Kunden als größte Herausforderung zu sehen.

Doch wie schaffen Sie es, aus Ihrem Kundenkreis einen treuen Freundeskreis zu schaffen, der Sie wieder buchen wird?

7 Schritte helfen Ihnen dabei einen treuen Freundeskreis zu schaffen:

1. Seien Sie sich Ihrer Stärken bewusst und kommunizieren Sie diese.
2. Sehen Sie Ihren Kunden als Freund, dann verkaufen Sie von selbst.
3. Gehen Sie in Sachen Service die Extrameile für Ihren Kunden.
4. Verbessern Sie nicht nur Bestehendes, sondern erfinden Sie das Geschäft neu.
5. Stellen Sie den Nutzen und nicht den Profit in den Vordergrund.
6. Legen Sie Wert auf die Meinung Ihres Kunden.
7. Streben Sie eine langfristige Beziehung mit Ihrem Kunden an.

Wer diese 7 Gebote beherzigt, der kann verkaufen ohne Verkäufer zu sein.

Unser Buchtipp:



JÜRGEN FREY

Mein Freund, der Kunde
Ohne Tricks und Fallen
Kunden gewinnen und behalten

Mit einem Geleitwort von
Werner „Tiki“ Küstenmacher
216 Seiten, gebunden
€ 24,90 (D) / € 25,60 (A)
ISBN: 978-3-86936-433-9
GABAL Verlag 2012

Wir wollen dort kaufen, wo wir ein gutes Gefühl haben und entscheiden immer mehr danach, ob die Wertebasis des Anbieters zu unserer eigenen passt. Wie bei Freunden – da wissen wir, dass wir uns und ihnen etwas Gutes tun. Jürgen Freys Devise: Weg mit den manipulativen Verkäufer-Tricks. Schluss mit dem aggressiven Verkaufen! Her mit Werten wie Ehrlichkeit, Verlässlichkeit. Hin zu einem Weg, der zur nachhaltigen Kundenbeziehung führt. Mein Freund, der Kunde ist ein Praxisbuch für zeitgemäßes Kundenmanagement. Es verbindet methodisches Know-how und inhaltliche Substanz mit erzählerischen Elementen und wegweisenden Statements des Autors.