Esther Lenssen Dieser Artikel wurde bisher 277 mal gelesen

**Serie Vertriebserfolg; Interview Jürgen Frey, Teil 1**

# „Aggressives Verkaufen mit aller Macht hat ausgedient“

**In unserer Serie Vertriebserfolg steht diesmal die Kundenbeziehung im Mittelpunkt. Vertriebsexperte Jürgen Frey propagiert einen Umgang mit dem Kunden wie „unter Freunden“, der auf Ehrlichkeit und Verlässlichkeit beruht.**

**Im Interview erklärt er, warum und wie das in der Vertriebspraxis funktioniert, weshalb er „nie 'Verkäufer' sein“ wollte und wie Sie eine nachhaltige Kundenbeziehung herstellen, die Ihnen auch bei erhöhtem Preisdruck durch den Wettbewerb Vorteile verschafft.**

**Herr Frey, Sie empfehlen Vertrieblern, den Kunden als Freund zu sehen und zu behandeln. Wie meinen Sie das?**

**Jürgen Frey:** Produkte und Dienstleistungen sind sich inzwischen immer ähnlicher geworden. Sogar die Serviceleistungen gleichen sich mittlerweile wie ein Ei dem anderen. Die Folge 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. Werte wie Ehrlichkeit und Verlässlichkeit sind heute der Schlüssel zum Erfolg – aggressives Verkaufen

mit aller Macht hat ausgedient. Zeitgemäßes Kundenmanagement sieht heute nämlich anders aus. Beziehungen und Vertrauen stehen in Geschäftsbeziehungen hoch im Kurs, daher ist eine nachhaltige Kundenbeziehung das erklärte Ziel.

**Eine alte Weisheit, die man häufig hört, heißt aber doch: „Unter Freunden macht man keine Geschäfte.“ Wie passt das in Ihr Bild vom Kunden als Freund?**

**Jürgen Frey:** Bei Geschäften unter Freunden schwingt die Gefahr mit, man könnte den Freund übervorteilen oder er könnte mit der Leistung nicht zufrieden sein. Kurz: Das gute Verhältnis kann gestört werden. Mein Ansatz: Verhalte Dich so, dass diese Gefahr nicht entsteht. Offen sagen, was man gut kann und was nicht. Es nicht allen recht machen wollen. Ehrlichkeit. Diskussion auf Augenhöhe. Dann sind auch Geschäfte unter Freunden sinnvoll. Und immer mehr auch nötig: Die Welt wird immer komplexer, die Angebotsvielfalt immer schwieriger zu überschauen, die Werbeversprechen werden immer hochtrabender. Wie schön, einfach und sicher, wenn ich da jemand gut kenne, der mir helfen kann und in den ich Vertrauen habe.

**Sie sagen: „Ich wollte nie 'Verkäufer' sein.“ Und Sie geben Tipps zum „Verkaufen, ohne Verkäufer zu sein“. Bezeichnet der Begriff „Verkäufer“ für Sie denn etwas Negatives, gar Anrüchiges?**

**Jürgen Frey:** Vertrieb und Verkauf waren mir ungefähr so sympathisch wie die Welt der Mafiabosse von New York in der Filmtrilogie »Der Pate«. Mit aalglatten Typen, die mit Tricks und Fallen ihre Kunden über den Tisch ziehen, wollte ich nichts zu tun haben. Nie wollte ich „Verkäufer“ sein – und bin es auch nicht geworden. Aber ich habe Wege gefunden, wie Unternehmen nahezu automatisch Kunden gewinnen und behalten. Nichts anderes bedeutet für mich „verkaufen“. Ich habe die Dinge immer schon anders gemacht, als man es in den gängigen Vertriebs- und Verkaufsschulungen lernt und meine Kunden als Freunde gesehen. Ich habe mich um langfristige Beziehungen bemüht. Dabei habe ich nicht den kurzfristigen Gewinn, sondern die nachhaltige Entwicklung in den Vordergrund gestellt.

**Sie waren selbst viele Jahre im Vertrieb tätig. Was ist Ihrer Erfahrung nach für eine gute Kundenbeziehung entscheidend?**

**Jürgen Frey:** Ehrlichkeit, Wertschätzung und Vertrauen. Manipulative Verkäufertricks haben ausgedient. Nur, wer seine Kunden gut kennt, versteht auch ihre wechselnden Ansprüche und Bedürfnisse. Wer sich nur oberflächlich mit seinen Kunden beschäftigt, für den wird das Kundenverhalten immer rätselhaft bleiben. Daher gilt für Sie als Unternehmen: Ohren und Augen auf, sprechen Sie mit Ihren Kunden! Viele Mittelständler sind durch ihre gewachsenen Kundenbeziehungen und das so entstandene Vertrauen stark. Das wird oft gar nicht gesehen.

Nicht wenige Unternehmer denken: Wenn mich ein Konkurrent beim Preis unterbietet, bin ich geliefert. Sie unterschätzen, wie wichtig ihren Kunden freundschaftliche, vertrauensvolle Beziehungen sind. Die meisten Menschen wechseln ja auch nicht reflexartig die Bankverbindung, nur weil es inzwischen billige Direktbanken gibt. Sondern sie wissen, wie wichtig ein persönlicher, seit Jahren vertrauter Ansprechpartner bei der Hausbank gerade dann ist, wenn es einmal nicht so rund läuft.

Lesen Sie auch Teil 2 unseres Interviews mit Jürgen Frey, **„**Kundenzufriedenheit messen und bei Fehlern entschuldigen**“**

**Zur Person:**

**Jürgen Frey,** Dipl.-Wirtschaftsingenieur, berät als Vertriebsexperte der tempus GmbH Unternehmen unterschiedlichster Branchen. Er war lange Zeit im internationalen Vertrieb tätig und hat Einblick in ein breites Spektrum von Unternehmen – vom Familienbetrieb bis zum Weltmarktführer. Seine langjährige Arbeit im Vertrieb hat ihn alle Tücken des Vertriebsalltags enttarnen lassen, so dass er jetzt zeigt, wie einfach gutes Verkaufen funktioniert: In Vorträgen und Seminaren teilt er seine Expertise und offenbart völlig neue Arbeitsmethoden und Strategien, die wieder Schwung in den Vertrieb bringen und die Effizienz steigern. http://highway-to-sell.de

*Text_Esther Lenssen, vertriebszeitung.de*

Bild: © Jürgen Frey