

AUG

07 So geht Kundenbindung heute: Wie Sie Ihre Kunden zu Freunden machen (Teil 4)

Mit der richtigen Verkaufsstrategie zum Erfolg



Wir leben in einer Kultur des Überflusses, immer mehr ähnliche Produkte drängen auf einen Markt, der inzwischen einem Piranha-Becken gleicht. Während vor einem halben Jahrhundert noch die Produktion der Engpass war, sind es heute Vertrieb und Verkauf – „survival of the fittest“ lautet das allgegenwärtige Motto. Viele Unternehmen geraten deswegen in Panik und setzen alles daran, ihre Produkte mit der Brechstange an den Mann zu bringen. Kurzfristig mag das auch funktionieren – längerfristig führt es aber nur zu unzufriedenen Kunden und sinkenden Umsatzzahlen. Doch das muss nicht sein: Mit der richtigen Strategie kommt Verkaufen ganz ohne Tricks und Zauberei aus. Wie das geht? Methodisches Vorgehen und Leidenschaft sind zwei entscheidende Zutaten.

Gute Vorbereitung ist die halbe Miete: Ein Gramm Strategie wiegt mehr als ein Kilo Verkaufsgeschick. Leider denken viele Verkäufer genau umgekehrt: Sie haben gar keine Lust, sich mit den Produkteigenschaften, den Unternehmenszielen oder den Wünschen der Kunden auseinanderzusetzen. Sie stürzen sich lieber direkt auf potenzielle Klienten, um sie mit allen möglichen Tricks so schnell wie möglich zum Kauf zu bewegen. Dabei sollten die Bedürfnisse des Kunden an erster Stelle stehen, wenn Sie Ihre Kundschaft langfristig an sich binden wollen.

Einzigartigkeit zieht Kunden an

Ich bitte Sie: Ziehen Sie in Ihrem Unternehmen einen Schlussstrich unter alle Verkaufsmethoden, die mit Druck, Tricks und Manipulation zu tun haben. Sie werden sehen, dass Sie damit sich selbst, Ihren Mitarbeitern und Ihren Kunden einen großen Gefallen tun. Sie können wieder bewusst durchatmen und werden über kurz oder lang feststellen, dass Sie anders viel erfolgreicher sein können, wenn Sie Sog statt Druck erzeugen. Akzeptieren Sie ein „Nein“, sorgen Sie aber vor allem dafür, dass Ihre Kunden aus freien Stücken und ganz ohne Druck begeistert „Ja“ zu Ihrem Unternehmen und Ihren Produkten sagen. Wie Sie das schaffen? Steigern Sie Ihre Strahl- und Anziehungskraft – ganz ohne Tricks, sondern mit Methode. Konzentrieren Sie sich ganz auf sich selbst! Verschenden Sie nicht Ihre kostbare Zeit damit zu überlegen, wie Sie die Konkurrenz ausbooten können – lösen Sie Ihren Blick von Ihren Konkurrenten und fokussieren Sie sich stattdessen ganz auf Ihre Produkte. Beschäftigen Sie sich damit, wie Sie Ihr eigenes Angebot so stark und überzeugend machen können, dass es einen Verkaufssog auslöst. Arbeiten Sie an Ihrem Image und daran, Ihre Produkte und sich selbst begehrenswert und besonders zu machen. Konzentrieren Sie sich auf die Stärken Ihres Unternehmens. Was zeichnet Ihr Unternehmen aus, wofür schlägt Ihr Herz? Mit dem, was Sie begeistert, können Sie auch andere begeistern – vorausgesetzt, die Qualität stimmt.

Lassen Sie Ihre Produkte sprechen

Verkäufertricks haben ausgedient, an ihre Stelle tritt Verkaufen mit Methode. Vielleicht werden Sie sich jetzt fragen: „Moment mal, wo ist denn der Unterschied zwischen methodischem Vorgehen und dem Griff in die Verkäufer-Trickkiste?“ Aber Verkaufstricks täuschen in der Regel etwas vor – Verkaufen mit Methode bedeutet dagegen, dass Ihre Produkte Substanz haben und Sie lediglich dafür sorgen, dass Ihre Produkte präsent sind, damit Ihre Kunden sie gar nicht übersehen können. Entwickeln Sie ein Produkt, von dessen Qualität Sie vollkommen überzeugt sind und hinter dem Sie mit stolz geschwellter Brust stehen! Natürlich kann ein Kunde jetzt immer noch Nein sagen – akzeptieren Sie es und wenden Sie sich dem nächsten Interessenten zu. Wichtig ist, dass Sie nicht versuchen, den Kunden in seiner Entscheidungsfreiheit zu beschneiden. Aufgrund der Fülle an ähnlichen Angeboten fällt es den Käufern heute immer schwerer, sich überhaupt zu entscheiden. Idealerweise nehmen Sie ihnen die Entscheidung ab, indem Sie Produkte auf den Markt bringen, die den Kunden absolut erstrebenswert erscheinen. Das Produkt muss für sie einen maximalen Nutzwert haben – kombiniert mit dem Vertrauen in das Unternehmen ist die Sogwirkung garantiert. Konsumenten wollen heute dort kaufen, wo sie ein gutes Gefühl haben –

geben Sie ihnen dieses Gefühl und Sie können die alte Verkäufer-Trickkiste getrost im Meer versenken.

Um Kunden von Ihren Produkten zu begeistern, ist es wichtig, dass sich das gesamte Unternehmen als Verkäufer versteht und die Verantwortung nicht allein auf die Vertriebsmitarbeiter abwälzt. Die folgenden Tipps zeigen Ihnen, wie Sie alle Mitarbeiter von der Führungsebene bis zum Webadministrator in Ihre Verkaufsstrategie integrieren können und so potenziellen Käufern immer und überall gewachsen sind.

Tipps für eine erfolgreiche Verkaufsstrategie:

- Sorgen Sie dafür, dass Ihre Mitarbeiter über gute bis sehr gute Fach- und Produktkenntnisse verfügen. Jeder Mitarbeiter sollte in der Lage sein, einem potenziellen Kunden das Besondere an Ihren Produkten zu erklären.
- Lassen Sie die Führungsebene nicht außen vor: Jede Ihrer Führungskräfte sollte auch gleichzeitig Topverkäufer sein, denn so können sie unterwegs auf Messen, in Hotels oder an Flughäfen potenzielle Kunden spontan von Ihren Angeboten überzeugen.
- Investieren Sie in Ihre Website! Das Internet ist heutzutage unterstützendes Verkaufsargument Nummer 1, denn fast jeder, der zum ersten Mal von Ihrem Unternehmen hört und dessen Interesse geweckt ist, besucht die Website.
- Kunden vertrauen heute Aussagen anderer Kunden mehr als Marketingbotschaften. Sammeln Sie daher positive Aussagen von Kunden, Partnern oder Prominenten über Sie und Ihr Angebot und präsentieren Sie diese.
- Niemand kann so viele Leute in so kurzer Zeit mit einer Botschaft erreichen, wie es über die Medien möglich ist. Betreiben Sie Medienarbeit und verstärken Sie Ihre Internetaktivitäten, sowohl in sozialen Netzwerken als auch in Fachforen und auf der eigenen Website.

Um auf dem heutzutage hart umkämpften Markt erfolgreich zu sein, ist planvolles Vorgehen das A und O. Noch ein wichtiger Rat für Sie zum Schluss: Planen Sie für alles genügend Zeit ein, ein Produkt wird nicht von heute auf morgen zum Topseller mit Kultstatus. Manche Unternehmen brechen ihre Maßnahmen vorzeitig ab, weil sie auf den schnellen Erfolg gehofft hatten und enttäuscht wurden. Es braucht nun mal seine Zeit, bis Sie zum Beispiel genügend glaubwürdige Testimonials gesammelt haben und diese einsetzen können. Ebenso dauert es eine Weile, bis Sie und Ihre Produkte in den Medien „angekommen“ sind – haben Sie ein wenig Geduld, schlussendlich wird Ihre Strategie Erfolg haben.

Buchtipp



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, Offenbach 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: Nach dem Gesetz der Reziprozität streben wir immer danach, Geben und Nehmen in Ausgleich zu bringen. Gegenseitigkeit lässt Beziehungen und Vertrauen entstehen. Dies müssen wir bei Geschäftsbeziehungen genauso beachten.

Geschrieben von [Jürgen Frey](#), Kategorie [Kundenbindung](#), [Marketing](#)

Tags: [Jürgen Frey](#), [Kundenbindung](#), [Strategie](#)

Twittern

Gefällt mir

0

Zugehörige Artikel

[So geht Kundenbindung heute: Wie Sie Ihre Kunden zu Freunden machen \(Teil 1\)](#)

[So geht Kundenbindung heute: Wie Sie Ihre Kunden zu Freunden machen \(Teil 2\)](#)

[So geht Kundenbindung heute: Wie Sie Ihre Kunden zu Freunden machen \(Teil 3\)](#)

[So geht Kundenbindung heute: Wie Sie Ihre Kunden zu Freunden machen \(Teil 5\)](#)

Über den Autor



Jürgen Frey

Jürgen Frey (Giengen), Dipl.-Wirtschaftsingenieur, berät als Vertriebsexperte der tempus GmbH Unternehmen unterschiedlicher 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, sodass 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. Er schöpft aus einem großen Schatz an Erfahrung und praktiziert selbst, was er lehrt.

j.frey@tempus.de » | <http://www.tempus.de> »
