

Beck professionell

Die 10 Gebote des erfolgreichen Verkaufens

Konsequente Kundenorientierung in der Praxis

von
Michael Fischer

1. Auflage



Verlag C.H. Beck München 2014

Verlag C.H. Beck im Internet:
www.beck.de

ISBN 978 3 406 66830 2

Zu [Leseprobe](#) und [Sachverzeichnis](#)

schnell und portofrei erhältlich bei beck-shop.de DIE FACHBUCHHANDLUNG

Fischer **beck-shop.de**

Die 10 Gebote erfolgreichen Verkaufens

beck-shop.de

beck-shop.de

Die 10 Gebote erfolgreichen Verkaufens

Konsequente Kundenorientierung
in der Praxis

von

Michael Fischer

Zum Autor:

Michael Fischer

Michael Fischer ist Diplom Kaufmann und studierte Betriebswirtschaftslehre mit den Schwerpunkten Marketing und Handel an der Universität des Saarlandes in Saarbrücken. Nach seinem Studium war er als Geschäftsleiter bei unterschiedlichen Unternehmen an verschiedenen Standorten tätig. Innerhalb seiner über 20-jährigen Berufserfahrung kann Herr Fischer auf zahlreiche Unternehmensentwicklungen und Standortgründungen zurückgreifen.

Heute unterrichtet er als freiberuflicher Dozent für Betriebswirtschaftslehre an verschiedenen Bildungseinrichtungen und ist als Schulungs- und Seminarleiter für Unternehmen in der freien Wirtschaft tätig.

Weiterhin ist er in der Unternehmensberatung, mit den Schwerpunkten Gründungsmanagement, Mittelstandsberatung, Kundenakquise sowie Personal- und Vertriebsentwicklung aktiv. Als Seniorpartner der BFMT-Group werden von Herrn Fischer zahlreiche Existenzgründungen betreut und begleitet.

www.beck.de

ISBN 973-3-406-66830-2






© 2014 Verlag C.H. Beck oHG
Wilhelmstraße 9, 80801 München

Satz: Fotosatz Buck, Zweikirchener Str. 7, 84036 Kumhausen
Druck: Druckhaus Nomos, In den Lissen 12, 76547 Sinzheim
Umschlaggestaltung: fernlicht kommunikationsdesign, Gauting
Bildnachweis: ©mindscanner – Fotolia.com

Gedruckt auf säurefreiem, alterungsbeständigem Papier
(hergestellt aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff)

So nutzen Sie dieses Buch

Um Ihnen das Lesen und Arbeiten mit diesem Buch zu erleichtern, hat der Autor verschiedene Stilelemente verwendet, die Ihnen das schnellere Auffinden bestimmter Texte ermöglichen. So finden Sie die Tipps und Musterformulare sofort.

-  Hier finden Sie Tipps, Aufzählungen und Checklisten.
-  So sind „Merksätze“ gekennzeichnet.
-  Hier finden Sie Beispiele, die das Beschriebene plastisch erläutern und verständlich machen.
-  Die Zielscheibe kennzeichnet Zusammenfassungen und ein Fazit zum Kapitelende.
-  Hier finden Sie Übungen und Muster zum selber Ausfüllen und Nachrechnen.

beck-shop.de

Vorwort

Dieses Buch richtet sich an alle Verkäufer, Führungskräfte und Unternehmer, die für neue Ideen und Visionen in den Bereichen Verkaufsberatung und Kundenorientierung offen sind und auch über unkonventionelle Möglichkeiten nachdenken wollen. Einerseits wird das Basiswissen über Verkauf und Kundenorientierung aufgefrischt und vertieft, andererseits werden neue Möglichkeiten für verbesserte Beratungsqualität und professionelle Kundenbindung aufgezeigt.

Ob Handel, Industrie oder Dienstleistungssektor – dieses Buch spricht alle Bereiche der Wirtschaft an. Immer wenn der unmittelbare Kundenkontakt ansteht, es um Kundenorientierung, das Reklamationsmanagement und die kundenorientierte Unternehmensführung geht, finden Sie hier neue Impulse und Anregungen, übersichtlich aufbereitet, mit zahlreichen Beispielen veranschaulicht und mithilfe von Grafiken leicht verständlich dargestellt.

Zu Beginn eines jeden Kapitels liefert Ihnen ein real erlebtes Praxisbeispiel entweder Anregungen und Ideen für die Umsetzung im eigenen Unternehmen oder es zeigt Ihnen auf, was Sie tunlichst vermeiden sollten.

Die „10 Gebote des erfolgreichen Verkaufens“ erinnern Sie an Grundlagen, die im operativen Tagesgeschäft eventuell in Vergessenheit geraten sind oder einer Auffrischung bedürfen, beleuchten aber auch komplexe Themen aus Sicht des Kunden. Dieses Buch will Ihnen Anregungen und Inspiration liefern und Sie zur Umsetzung animieren. Es versteht sich als solide Informationsquelle zur Verbesserung der eigenen Verkaufstätigkeit und zur Optimierung der Kundenorientierung im Unternehmen und in Ihrer täglichen Arbeit.

Um eine gewisse Breite sicherzustellen und gleichzeitig beim Umfang nicht den Rahmen zu sprengen, kann über einige wenige Themen nur ein knapper Überblick gegeben werden. Zusätzlich wird dem Leser allerdings durch Literaturangaben die Möglichkeit zur Vertiefung einzelner Bereiche ermöglicht. Ich hoffe, dass mir dies in ausreichender Weise gelungen ist.

Bei Titulierungen habe ich der Einfachheit halber die männliche Form gewählt, die natürlich die weibliche einschließt.

Abschließend möchte ich mich noch beim Vahlen/Beck Verlag und insbesondere Herrn Kilian bedanken, der mir bei der Erstellung des Werkes alle erdenklichen Freiheiten ließ, und mir damit eine Realisierung in der vorliegenden Weise ermöglichte.

Allen Lesern dieses Buches wünsche ich viel Spaß und Inspiration.

München im September 2014

Michael Fischer

Inhalt

1. Kapitel: Basiswissen im Verkauf	13
1.1 Welche Eigenschaften bringen gute Verkäufer mit?	15
1.2 Verkäufer – das wichtigste Glied im Unternehmen	23
1.3 Erfolgsfaktoren im Verkauf	24
1.3.1 Verhalten kommt vor Fachkompetenz	25
1.3.2 Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft	26
1.3.3 Äußeres Erscheinungsbild	28
1.4 Verkaufen kann man lernen	30
1.5 A I D A-Formel	32
1.6 Was früher nicht funktionierte, klappt vielleicht heute ..	33
1.7 Jeder Kunde ist mein Kunde	36
1.7.1 Kundenbedürfnisse gehen vor	37
1.7.2 Kundentypen	38
1.8 Vorbereitung auf das Verkaufsgespräch	39
1.9 Erstes Gebot	41
2. Kapitel: Kommunikation im Verkauf	43
2.1 Grundlegende Kommunikationsregeln im Verkauf	45
2.2 Erfolgreich kommunizieren im Verkauf	48
2.3 Man kann nicht nicht kommunizieren	51
2.3.1 Was ist nonverbale Kommunikation?	52
2.3.2 Eisberg-Modell	54
2.3.3 Kommunikationsmodell nach Friedemann Schulz von Thun	56
2.3.4 Nonverbalen Kommunikation im Verkauf	58
2.4 Zweites Gebot	60

beck-shop.de

3. Kapitel: Innere Einstellung – der Erfolgsmotor	61
3.1 Erfolg ist Einstellungssache	62
3.2 Drittes Gebot	67
4. Kapitel: Kundenansprache – der erste Eindruck zählt	69
4.1 Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance	71
4.2 Warum die richtige Ansprache so wichtig ist	72
4.3 Blickkontakt – auf Augenhöhe mit dem Kunden	74
4.4 „Was“ und „wie“ – Inhalt und Gestik im Gleichgewicht	75
4.5 Exkurs: Fragetechniken	78
4.6 Warum „Kann ich Ihnen helfen?“ falsch ist	81
4.7 So sprechen Sie Kunden erfolgreich an	83
4.8 Viertes Gebot	84
5. Kapitel: Verkaufsphasen – der Schlüssel zum Erfolg	85
5.1 Phase 1: Sympathie wecken	87
5.2 Phase 2: Bedarfsermittlung	89
5.3 Phase 3: „Wann“-Frage	92
5.4 Phase 4: Preisfrage	93
5.5 Phase 5: Beratung	97
5.6 Phase 6: Abschluss	100
5.7 Phase 7: Einwand und Einwandbehandlung	103
5.8 Phase 8: Das zweite Gesicht	108
5.9 Fünftes Gebot	111
6. Kapitel: Kundenorientierung auf höchstem Niveau	113
6.1 Der Kunde ist König, aber ...	116
6.2 Was Kunden erwarten und was sie stört	117
6.3 Der Kunde kommt zurück, das Produkt nicht	120
6.4 Customer Relationship Management	121
6.5 Pre Sale – At Sale – After Sale	122
6.5.1 Pre-Sale-Service	122
6.5.2 At-Sale-Service	123
6.5.3 After-Sale-Service	123
6.6 Kundenorientierung, →-zufriedenheit, →-bindung	126
6.7 Kundenbindung und Social Media	128
6.8 So verbessern Sie Ihre Kundenorientierung	131
6.9 Kundenerwartungen übertreffen	133
6.10 Bedingungslose Kundenorientierung	136
6.11 Sechstes Gebot	139

beck-shop.de

7. Kapitel: Mitarbeiter als Bestandteil der Kundenorientierung	141
7.1 Zufriedene Mitarbeiter – zufriedene Kunden	143
7.2 Arbeiten mit und ohne Checkliste	147
7.3 Exkurs: Mitarbeitergespräche effizient führen	149
7.3.1 Organisation	151
7.3.2 Ablauf	151
7.4 Siebtes Gebot	159
8. Kapitel: Optimale Verkaufsbereitschaft	161
8.1 Kein Artikel ohne Preis	163
8.2 „Muss-Artikel“ verfügbar halten	165
8.3 Ordnung & Sauberkeit, Beleuchtung & Musik	167
8.4 Ansprechende Warenpräsentation	168
8.4.1 Kundenwünsche an die Warenpräsentation	169
8.4.2 Aktions- und Themenflächen	169
8.5 Saisonkalender	170
8.6 Achtes Gebot	176
9. Kapitel: USP-Faktor	177
9.1 Was ist ein Alleinstellungsmerkmal?	177
9.2 Wie entstehen Alleinstellungsmerkmale?	179
9.3 Neuntes Gebot	181
10. Kapitel: Professionelles Reklamationsmanagement	183
10.1 Das kann jedem passieren	187
10.2 Grundsätze des Beschwerdemanagements	187
10.3 Soll ich wirklich reklamieren?	190
10.4 Herzlichen Glückwunsch, Sie haben eine Reklamation ..	192
10.5 Erwartungshaltung des Kunden	193
10.6 Grundsätze des professionellen Reklamationsmanagements	195
10.7 Beschwerdemanagement in 5 Schritten	198
10.8 Zehntes Gebot	202
11. Kapitel: Kundenorientierte Unternehmensführung	203
11.1 Aus- und Weiterbildung – Pizza oder Nudeln?	205
11.2 Management-Regelkreis	208
11.3 Führungsstile beeinflussen die Kundenorientierung	211

beck-shop.de

12. Kapitel: Rolle der Führungskraft bei der Verkaufssteuerung	215
Stichwortverzeichnis	219