

# ALS-Ziele

## **Ziel 1.1.2.1 Argumente und Vorschläge bringen**

- Ermittlung des Bedürfnisses
- Die Nutzen-Argumentation
- Die Preis-Argumentation

### **Ermittlung der Bedürfnisse:**

Bei der Ermittlung der Bedürfnisse des Kunden gibt es zwei Fragenbereiche:

Bereich 1: Kaufwunsch

Bereich 2: Kaufmotiv

1. Was will der Kunde kaufen?

2. Warum möchte der Kunde etwas kaufen?

Welchen Zweck soll der Artikel erfüllen?

Man muss jedoch acht geben, dass man nicht zu viele Fragen stellt. Der Kunde kann sich sonst schnell eingeengt fühlen und sich wie in einem Verhör vorkommen.

Am besten nimmt man gleich den Produktkatalog zum Gespräch und allfällige Muster.

Sind diese beiden Fragen beantwortet ist der Suchbereich für das richtige Produkt auf das grösste eingeschränkt.

Nun kann man noch näher ins Detail gehen.

### **Die Nutzen-Argumentation**

Man darf nicht nur die Nutzen des Produktes aufzählen, denn oft ist es nicht, dass das Produkt den Kunden überzeugt, sondern der Kunde entscheidet über den Kauf indem er sich fragt, wie er sich Emotional fühlt. Fühlt sich ein Kunde wohl und geht man auf ihn ein verspürt er eher den Drang etwas zu kaufen. Ist dies der Fall kommt das Produkt schlussendlich zum Einsatz. Kann es ebenfalls noch Punkte beim Kunden holen und er ist überzeugt, ist der Verkauf so gut wie erfolgreich abgeschlossen.

### **Die Preis-Argumentation**

Oftmals haben die Kunden eine gewisse Preisvorstellung, diese Limite sollte der Verkäufer möglichst früh fragen, denn so kann der Suchbereich für das richtige Produkt eingeschränkt werden. Man darf jedoch nie die Ausdrücke "billig" oder "teuer" verwenden. Bei "billig" verbindet der Kunde schlechte Qualität und bei "teuer" unerschwinglich.