

1.1.2.1 Argumente und Vorschläge einbringen

Um auf einen Kunden und seine Wünsche zielgerichtet eingehen zu können, ist es wichtig zu verstehen, welche Wünsche und Ziele der Kunde hat. Die Beschreibung dieser Grundlage ist bereits in der Dokumentation „1.1.1.3 Kundenbedürfnisse erfragen“ ausführlich behandelt worden. Nachdem man sich ein Gesamtbild des Kunden gemacht hat, ist man in der Lage, selber passende Argumente und Vorschläge einzubringen.

1.1 Beweggründe zum Kauf

Unter dem Begriff Kaufmotiv versteht man einen Beweggrund oder Anlass zum Kauf. Dahinter verbergen sich die Bedürfnisse, die den Kunden zum Kauf eines bestimmten Produkts bewegen. In erster Linie sind dies die Grundbedürfnisse des Menschen wie Hunger, Durst, Wärme und Schutz.

Diese primären und einfach ergründbaren Bedürfnisse sind aber nicht allein massgebend für den Kauf. Oft werden sie von weiteren, gefühlsmässig bedingten Bedürfnissen überlagert. So kauft ein Kunde ein Auto nicht nur als praktisches Fortbewegungsmittel, sondern weil er dadurch in der Achtung seiner Kollegen steigen möchte.

Es gibt eine ganze Reihe unterschiedlicher Kaufmotive, wie etwa das Streben nach Gewinn, Bequemlichkeit, Prestige, Sicherheit, Reiz der Neuheit und menschliche Zuneigung. Diese Motive bestimmen massgeblich, wenn auch oft unterbewusst oder unausgesprochen bei der Kaufentscheidung mit und sind daher von grösster Wichtigkeit für die Argumentation. Man erleichtert dem Kunden die Kaufentscheidung, wenn man ihm zu verstehen gibt, dass das Produkt exakt zu seinem hauptsächlichsten Kaufmotiv passt.

1.2 Argumentation

Laut Lexikon ist ein Argument „eine Aussage oder eine Folge von Aussagen, die zur Begründung oder zur Widerlegung einer Behauptung angeführt wird. Die Zusammenhängende Darlegung von Argumenten wird als Argumentation bezeichnet.“

Die Argumente sollen demnach dazu dienen, andere Menschen von der Richtigkeit oder Falschheit einer These zu überzeugen und sind deshalb ein wesentliches Mittel im Bereich der Wissenschaft, der Kritik, der Diskussion und des Dialoges.

1.3 Argumente und Vorschläge beim Kundengespräch

Wie bei fast allen Produkten haben die Kunden auch bei unseren Produkten Einwände und Kritik, welche entkräftet werden müssen. Mit Argumenten versucht der Kundenberater, den Kunden vom Produkt zu überzeugen. Dabei ist es sehr wichtig, dass diese Argumente sorgfältig ausgewählt werden und treffend sind. Auf jede Gegenargumentation des Kunden sollte eine entsprechende Argumentation des Kundenberaters folgen und schliesslich in einem eigenen Vorschlag münden.

Durch geschickte Argumentation schwächt man die Gegenwehr des Kunden, bis er sich schlussendlich von den Vorschlägen überzeugen lässt und in einen Kauf respektive in eine Investition einwilligt.