

1.3.2.1 Einwände entkräften

Als Mitarbeiter einer Firma muss man immer wieder Einwände entkräften. Als Verkäufer eines Produktes natürlich täglich. Folgender Text stammt grösstenteils aus einer veröffentlichten Arbeit über „Einwände bearbeiten“. Da er sehr gut die Thematik aufgreift und alle wichtigen Punkte beinhaltet, ist er hier angefügt. Die Beschreibung der Produkte und Dienstleistungen erfolgte bereits unter dem Abschnitt „Produkte und Dienstleistungen kennen“.

1.1 Allgemeine Bearbeitung von Einwänden im Verkauf/Beratung

Grundsätzlich gilt es, Einwände als natürlichen Bestandteil des Beratungsprozesses zu sehen. Eine Beratung, in der ein Kunde keinen Einwand bringt, dürfte die Ausnahme sein. Man sollte sich sogar fragen, ob nicht etwas falsch gemacht wurde, wenn nie jemand Einwände hat. Der Kunde sollte das Gefühl haben, dass sein Einwand willkommen ist. Der Einwand sollte für den Kunden ein Hilfsmittel sein, damit er vom Berater besser verstanden wird. Dabei geht man in drei Schritten vor: Der Berater sollte dem Kunden erst einmal ruhig zuhören und ihn aussprechen lassen. Der Kunde soll spüren, dass sein Einwand positiv aufgenommen wird. Der Berater sollte anschliessend den Einwand mit eigenen Worten wiedergeben, dies in einer Art, die nicht oberflächlich wirkt. Wenn möglich sollten die konstruktiven Aspekte für die weitere Beratung hervorheben.

Je nach Beratungsziel und Beratungsphase muss nun entschieden werden, wie weiter vorgegangen wird. Grundsätzlich sollte man versuchen, die Beratungslösung zu optimieren, sei es, wie im Normalfall, durch weiteres, genaues Ermitteln der Problematik des Kunden, durch ein anderes Angebot oder dadurch, dass man sich mehr Zeit lässt. In bestimmten Fällen kann es aber auch sinnvoll sein, die Beziehungsebene anzusprechen oder die Beratung zu beenden.

Es gibt Einwände, die sich nicht durch die eben vorgestellten Methoden der Einwandbehandlung lösen lassen. Gemeint sind Einwände, die sich gar nicht aus der Beratung ergeben, sondern die der Kunde persönlich mitbringt, also etwa Unterstellungen, persönliche Angriffe, firmeninterne Konflikte oder vorgespeltes Interesse. Hier kann man nur versuchen, den Kunden auf der Beziehungsebene anzusprechen. Man sollte aber keinesfalls versuchen, gleich eine Antwort oder gar ein Eingeständnis der Kunden zu bekommen. Weiter sollten Endlosdiskussionen oder Gespräche, die sich im Kreis drehen vermieden werden.

Quelle: <http://www.learningsystem.de>

1.2 Verschiedene Arten von Einwänden

Es gibt verschiedene Arten von Einwänden, welche sich in der Art der Fragestellung, dem Ursprung des Einwands und der Antwort unterscheiden, welche der Kunde mit dem Einwand hören möchte.

1.2.1 Verständnisfrage

Der Kunde versteht etwas nicht und hat eine Verständnisfrage. Als Berater sollte man sich für die Frage bedanken und sie unumwunden und klar beantworten. Der Kunde wird weiterhin fragen, wenn ihm etwas unklar ist.

1.2.2 Verfrühte Frage

Der Kunde erwartet zu früh eine Problemlösung von seinem Berater. Der Berater sollte dem Kunden mitteilen, dass er weitere Informationen benötigt und weshalb. Damit werden Beratungsfehler frühzeitig vermieden.

1.2.3 Produktbezogene Fragen

Der Kunde wünscht sich produktbezogene Informationen. Wenn man als Berater nicht weiss, welches Bedürfnis hinter dieser Frage steckt, sollte man möglichst differenziert antworten, was die Leistungen und die Anwendungsmöglichkeiten des Produkts angeht. Sonst werden eventuell verfrüht Beratungslösungen ausgeschlossen.

1.2.4 Fang- oder Kontrollfrage

Der Kunde stellt dem Berater eine Fang- oder Kontrollfrage. Diese sollte selbstbewusst und korrekt beantwortet werden. Der Berater sollte dem Kunden zeigen, dass er seine Absicht bemerkt hat.

1.2.5 Meinungsfrage

Der Kunde fragt nach der Meinung des Beraters, welcher darüber Auskunft geben sollte. Der Berater muss dem Kunden aber auch klar machen, dass er andere Meinungen ebenso akzeptiert. Bei schwierigen Themen, welche nicht das eigentliche Produkt betreffen, sollte man diplomatisch beantworten.