

Thomas Meier

Closing beim Erstbesuch

Mit dem Hardselling-samtweich-Prinzip
ehrllich, fair und gezielt zum Verkaufsabschluss

 Springer Gabler

Thomas Meier

Closing beim Erstbesuch

Mit dem Hardselling-samtweich-Prinzip
ehrlich, fair und gezielt zum Verkaufsabschluss



Springer Gabler

Closing beim Erstbesuch

Thomas Meier

Closing beim Erstbesuch

Mit dem Hardselling-samtweich-
Prinzip ehrlich, fair und gezielt
zum Verkaufsabschluss

Thomas Meier
Wauwil, Schweiz

ISBN 978-3-658-03068-1
DOI 10.1007/978-3-658-03069-8

ISBN 978-3-658-03069-8 (eBook)

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Gabler
© Springer Fachmedien Wiesbaden 2014

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Lektorat: Manuela Eckstein
Infografiken: konzeptklar Grafikdesign, Stuttgart

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Gabler ist eine Marke von Springer DE. Springer DE ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media
www.springer-gabler.de

*Ein guter Hollywoodfilm ist spannend,
schürt manchmal Ängste, bereitet Freude
und weckt die Neugierde...*

*Ich möchte in Ihnen die Neugierde für das
hocheffiziente Verkaufsprinzip HARD-
SELLING samtweich wecken. Tauchen Sie
hinein, mitten ins Leben, denn das, was
uns Hollywoodfilme beschert, gibt uns
der schönste Beruf der Welt täglich.*

Prolog

Schon wieder ein neues Buch für erfolgreichen Verkauf auf dem Markt. Gibt es nicht schon genug Bücher darüber? Wir kennen doch alle Techniken, kennen unsere Produkte in- und auswendig, besuchen stets gut gelaunt unsere Kundschaft und lesen ihnen die Wünsche von den Augen ab. Bücher und Seminare haben wir bis zum Abwinken gelesen und besucht und wir sind im lokalen Verband der Verkäufer. Zudem sind wir seit Jahren im Geschäft und haben eine Praxiserfahrung, die ihresgleichen sucht. Kurzum, wir sind informiert und wissen, wie der Hase läuft. Mehr liegt kaum mehr drin, und was könnten wir schon noch dazulernen?

Wenn Sie auch dieser Meinung sind, sollten Sie hier nicht mehr weiterlesen. Außer Sie hegen doch irgendwo tief in sich drinnen den leisen Wunsch, Ihren Umsatz in kürzester Zeit zu verdoppeln.

Ich sehe schon die Zweifel in Ihren Gesichtern, liebe Leserinnen und Leser, deshalb möchte ich Ihnen an dieser Stelle gern einige Fragen stellen. Bitte beantworten Sie sie, ganz spontan, ohne groß nachzudenken: Sind Sie ein guter Verkäufer?

Wenn Sie die Frage mit „Ja, klar!“ beantwortet haben, frage ich Sie weiter: Wieso? Sieht Ihr Vorgesetzter das auch so? Haben Sie sich schon mal Gedanken darüber gemacht, was Ihre Kunden über Sie denken, wenn Sie die Türe hinter sich schließen? Denken sie: „Wow, das war jetzt wieder mal ein richtig guter Verkäufer“? Dann herzliche Gratulation! Sie gehören einer seltenen Spezies auf diesem Planeten an! Oder denken Sie doch eher „Na ja, der hat uns echt gut beraten“? Auch das ist nicht schlecht, doch der Unterschied liegt im Detail.

Falls Sie meine erste Frage mit „Eher nein“ beantwortet haben, kann ich Ihnen freudig mitteilen: Sie sind in guter Gesellschaft! Und die noch bessere Nachricht für Sie, und nur für Sie, lautet: Sie haben noch besonders viel ungenutztes Potenzial! Ist das nicht eine wunderbare Erkenntnis, und das bereits jetzt, wo Sie kaum eine Seite dieses Buches gelesen haben.

Nun zurück zur einleitenden Frage: Warum schon wieder ein Buch zum Thema Verkauf? Die Frage hat sich so für mich nie gestellt. Die Idee kam, wie so oft, auf Umwegen.

Als einst eher introvertierter Programmierer habe ich verkaufen von der Pike auf gelernt und jede einzelne Hürde genommen. Nach einigen Jahren als Softwareprogrammierer verspürte ich den Drang mehr zu wollen: mehr Action, mehr Anerkennung, mehr Geld. Das Betteln am Ende des Jahres um ein paar Euro mehr Gehalt, das kann es doch nicht sein. In der Folge begann ich Nebenjobs im Verkauf anzunehmen, bis ich eines Tages ganz in den Verkauf wechselte. Mit mäßigem Erfolg. Die Frage stellte sich, ob ich verkaufen kann. Um diese Frage zu beantworten, ließ ich mich zu 100 % auf Provisionsbasis anstellen. Von da an ging's ab nach oben... Noch heute bin ich neben der Tätigkeit als Verkaufstrainer noch als Verkäufer unterwegs. Die vielen Begegnungen mit Kunden, meine Neugierde und meine Fähigkeit, den Menschen auf den Zahn zu fühlen, haben mich zu dem gemacht, was ich heute bin. Und dieses Wissen halte ich nicht geheim, sondern gebe es weiter!

Von Anfang an hat mich am Verkauf eine einzige Sache brennend interessiert: Wie sind Menschen zu führen, um in kürzester Zeit eine Entscheidung herbeizuführen, mit der beide Parteien leben können? Ich war in verschiedenen Branchen tätig und hatte das große Glück, Verkäufer kennenzulernen, die noch besser verkauften als ich. Von diesen konnte ich stets lernen. Dieses Wissen, gemischt mit meinem unbändigen Interesse daran, wie Menschen zu Entscheidungen geführt werden, und meiner Praxis ergeben zusammen eine hochexplosive Mischung. Heute gehe ich nicht zu Kunden, um sie zu besuchen, sondern um zu verkaufen. Anders gesagt, um meine Arbeit richtig zu machen und Erfolg zu haben.

Auf meiner beruflichen Reise sah ich viele Verkäufer kommen und gehen. Sie kamen in Scharen und gingen in Horden. Gekommen sind sie freiwillig (so glaube ich wenigstens), gegangen meist weniger.

Ein Erlebnis machte mich ganz besonders stutzig. Einmal arbeitete ich in einer Firma, in der jeder Verkäufer exakt das gleiche Produkt zu den exakt gleichen Konditionen verkaufte. Einige der Verkäufer, zu denen glücklicherweise auch ich gehörte, machten bis zu vier Abschlüsse am Tag. Andere wiederum in zwei Monaten nicht einen einzigen. Viel längere Zeitperioden konnte ich nicht auswerten, da besagte Verkäufer dann oft schon woanders auf der Lohnliste standen. Hier möchte ich kurz anmerken, dass es sich bei dem Produkt nicht um einen neuen Schokoriegel für 1.20 € handelte, nein, das Produkt kostete viele Tausend Euro. Einige Verkäufer habe ich zudem begleitet. Oft kamen sie mit Fragen in der Art an: Wie ich das anstelle, dass bei mir so viele kaufen? Sie begleiteten mich sogar zu Kunden und

sahen mir zu. Doch nicht einer verkaufte danach auch nur einen alten Gaul mehr. Und ich fragte mich, warum.

Die Antwort lag also auf der Hand: Es musste da etwas Entscheidenderes am Verkaufsgespräch geben als das, was vermeintlich von außen sichtbar ist.

Als ich mich dann näher mit meinem Verkaufsgespräch auseinandersetzte, stellte ich bald fest, wie komplex die Angelegenheit ist und wie viel in ein perfektes Verkaufsgespräch einfließt.

Aus diesen Überlegungen heraus entstand das in diesem Buch beschriebene **HARDESELLING-samtweich-Prinzip**. Es ist meine Verkaufsmethodik, die in diversen Branchen x-fach in der Praxis erprobt ist und die ich über die Jahre stets verbessert habe. Sie lernen, wie Sie beim Erstbesuch verkaufen – ehrlich, fair und unschlagbar schnell. Ich bin ein großer Anhänger des Verkaufens beim Erstbesuch, da es, wie Sie noch sehen werden, für alle Beteiligten riesige Vorteile bringt. Dieses Buch kann als mehrdimensionale Anleitung zum Verkaufserfolg verstanden werden. Es beantwortet nicht nur die Frage, „WAS“ zu tun ist, um die Abschlussquote drastisch zu verbessern, sondern und vor allem die Frage nach dem „WIE“. Welche Einstellung steht hinter einem erfolgreichen Verkäufer, welche Qualitäten hat ein gutes Gespräch usw. Diese Fragen werden meist nicht beantwortet, obwohl sie viel stärker auf die Ergebnisse wirken als etwa gelernte Abläufe oder Abschlusstechniken. Aus diesem Grund schreibe ich dieses Buch jetzt, während ich aktiv im Vertrieb arbeite und die Dynamik intus habe. Würde ich das Buch nach meiner Verkaufskarriere schreiben, würde ich die vielen subtilen Einzelheiten und Wahrnehmungen gar nicht mehr wiedergeben können. Denn diese sind die Geheimnisse dieses Buches und das, was eben von außen nicht sichtbar ist. Für alles andere gibt es genügend Bücher.

Den Anspruch, meine Methode sei die einzige und wahre, um Verkaufsabschlüsse innerhalb kürzester Zeit zu erreichen, erhebe ich nicht. Dennoch bin ich davon überzeugt, dass wenn Sie beim Erstbesuch verkaufen wollen, Sie nicht wesentlich von dieser Vorgehensweise abweichen können. Das Verkaufen auf diesem hohen Niveau hat seine eigenen Gesetze und seine eigene Dynamik, und sofern Sie wollen, lernen Sie die nun kennen.

Was ich mit diesem Buch erreichen möchte? Nun, ich möchte in Ihnen das Feuer für das Verkaufen auf professionelle und atemberaubend schnelle Weise entzünden und Ihnen die gegebenenfalls vorhandenen Hemmungen nehmen. Ihnen die Vorteile näherbringen und diese Verkaufsweise in ein etwas anderes Licht rücken. Meine geschilderten Erfahrungen und das Fehlen einer umfassenden Anleitung, die direkt zum Verkaufsabschluss führt, haben mich dazu bewegt, dieses Buch zu schreiben. Es umfasst mein gesamtes Verkaufs- und Erfolgswissen und ist mein persönlicher Kompass und Leitfaden für den Verkauf geworden.

Freuen Sie sich also auf ein Feuerwerk neuer Ideen, lassen Sie sich neue Horizonte zeigen, legen Sie alte Glaubenssätze ab und öffnen Sie Ihren Geist für das, was kommen mag. Am Ende der Reise, wenn Sie diese Methode zu 100 % umsetzen und anwenden, stehen Erfolg, Spaß und Geld.

Zu guter Letzt noch zwei Anmerkungen: Um das Buch leichter lesbar zu machen, verwende ich in diesem Buch ausschließlich die männliche Form, weibliche Formen sind selbstverständlich immer eingeschlossen. Das Wort „Produkt“ (Einzahl) steht als Synonym für alle Ihre zu verkaufenden Dienstleistungen und Produkte. Selbstverständlich können Sie auch mehrere Produkte zur Auswahl haben. Münzen Sie es einfach auf Ihre Situation um.

Jetzt wünsche ich Ihnen viele lehrreiche Stunden beim Lesen!

Ihr Thomas Meier

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
	Zehn Argumente für HARDESELLING samtweich oder Warum Sie das Buch kaufen	1
	Abgrenzung oder Was Sie hier vergeblich suchen	2
	Für wen das Buch gedacht ist oder Wollen Sie mehr?	2
2	Hardselling samtweich	5
	Spielen in der Meisterklasse oder Was verstehen wir unter HARDESELLING samtweich?	5
	Keine Tauben auf dem Dach oder Warum mit dem HARDESELLING-samtweich-Prinzip beim Erstbesuch verkaufen?	7
	Anleitung zum Verkaufsabschluss oder Was ist das HARDESELLING-samtweich-Prinzip?	13
	Erfolgreich werden und bleiben oder Ziele des HARDESELLING-samtweich-Prinzips	15
	Innen hart, außen weich oder Die Strategie von HARDESELLING samtweich	15
	Produktivitätssteigerung oder Der Effekt des HARDESELLING-samtweich-Prinzips	16
	Die Einzelteile des Ganzen oder Der Aufbau des HARDESELLING-samtweich-Prinzips	17
	Tappen Sie nicht in die Falle oder Wie Sie das Buch richtig verwenden ...	20
3	Das erste Element „Grundlagen“	23
	Einführung oder Mehr zu wollen bedeutet Veränderung	23
	Die Basis aller Erfolge oder Die universellen Lebensgesetze	27
	Das Fundament oder Die Grundannahmen des Hardselling-samtweich-Prinzips	33

4	Das zweite Element „Persönlichkeit“	41
	Einführung oder Der Abschluss beginnt im Kopf	41
	Die fünf Fragen oder Ein kleiner Eignungstest.	42
	Die sechs Erfolgsverhinderer-Strategien oder Die Handbremse der Vergangenheit lösen	46
	Den Kompass einstellen oder Ziele und Prioritäten	54
	Die 22 Erfolgsstrategien oder Mit Vollgas in die Zukunft.	65
	„Mr. Verkauf“ oder Wirklich zu wissen heißt es zu fühlen	85
5	Das dritte Element „Arbeitsweise“	89
	Einführung oder Vom Besserwisser zum Bessermacher.	89
	In die Erfolgsspirale gelangen oder Die Einstellung zur Arbeit	92
	Neues Handeln etablieren	97
	Auf der Erfolgswelle bleiben oder Richtiges tun, Falsches lassen.	98
	Die Arbeit messen oder Die Fakten sagen die Wahrheit.	102
	„Mr. Verkauf“ oder Das, was man tut, ist man.	111
6	Das vierte Element „Kundenbesuch“	115
	Einführung oder Reden ist Silber, Schweigen Gold.	115
	Die Ausgangslage oder Wenn nicht alle das Gleiche erwarten.	116
	Die Strategie oder Der Weg zum Ziel.	117
	Das optimale Kundengespräch oder Die Vorbereitung zum Abschluss ...	125
	Der optimale Preis oder Das unwiderstehliche Angebot	136
	Qualitäten eines Kundengesprächs oder Subtile Abschluss Helfer	140
	Das 8-Phasen-Modell oder Step by step zum Abschluss	150
7	Das fünfte Element „Profi-Techniken“	201
	Einführung oder Harte Fälle	201
	Einwandbehandlung oder Den versteckten Wunsch finden	201
	Mehr Dynamik oder 15 Tipps für noch mehr Abschlüsse	204
	Umsetzen gibt Umsatz oder Jetzt liegt es an Ihnen	214
	Literaturverzeichnis	217

Der Autor



Thomas Meier, Dipl.-Elektrotechniker HF, Dipl.-Betriebswirtschafter NDS HF und NLP Practitioner, war über zehn Jahre in der Technik- und Software-Entwickler tätig. Seit 2005 ist er als Verkäufer in diversen Branchen unterwegs. Den Fokus legte er dabei stets auf die Neukundengewinnung, wo er bis zu 15 Kundenbesuche pro Woche und bis zu vier Verkaufsabschlüsse pro Tag tätigte. Sein Markenzeichen: Über 75 % der Verträge schließt er bereits beim ersten Besuch ab. Noch heute besucht er neben seiner Tätigkeit als Verkaufstrainer regelmäßig Kunden, um am Ball zu bleiben.

www.hardselling-samtweich.ch
tm@hardselling-samtweich.ch

Zehn Argumente für HARSELLING samtweich oder Warum Sie das Buch kaufen

Darf ich Ihnen meine hellseherischen Fähigkeiten unter Beweis stellen: Sie haben gerade die ersten Zeilen dieses Buches gelesen und fragen sich nun, ob Sie es kaufen sollen? Damit auch Sie sich sofort entscheiden können, habe ich Ihnen hier zehn Argumente zusammengestellt.

Sie kaufen dieses Buch, weil Sie

- endlich wissen wollen, welches die *Geheimnisse der Verkäufer* sind, die beim Erstbesuch bereits verkaufen,
- *abschlussstärker* werden und Hemmungen abbauen wollen,
- eine *ganzheitliche Darstellung des Verkaufs* wollen, da Sie vermuten, dass das Wissen, „WAS“ zu tun ist, nicht so sehr entscheidend ist wie das „WIE“ es zu tun ist,
- eine *komplette, branchenunabhängige Verkaufsmethode* wollen, die Sie einfach umsetzen können,
- eine *Anleitung zum Verkaufsabschluss* wollen, die praxiserprobt ist und bei deren Befolgen Sie unweigerlich Erfolg haben müssen,
- sich wünschen, dass der *Kunde von sich aus kauft* und nicht Sie krampfhaft verkaufen müssen,
- *genug von dicken Angebotsordnern* haben, wo Sie auf Entscheidungen der Kunden warten und Sie die administrativen Arbeiten auf ein Minimum reduzieren wollen,
- weil Sie *sofort mehr Umsatz* machen und effizienter arbeiten wollen,

- *keine Floskeln* auswendig lernen wollen und
- *mehr Spaß am Verkaufen* haben und mehr erreichen wollen als andere.

Und, sind wir im Geschäft?

Abgrenzung oder Was Sie hier vergeblich suchen

Es gibt viele Bücher zum Thema Verkauf, dieses unterscheidet sich in einer wesentlichen Sache von fast allen anderen. Viele Bücher versuchen Ihnen zu sagen, *was* Sie zu tun haben, um besser zu verkaufen. Sie lernen Gesprächsabläufe, Techniken usw. ... Ich sage Ihnen, liebe Leser, dies ist der kleinste Teil des Erfolges, zumal jedes Gespräch anders verläuft. Wie wollen Sie da mit Standardsätzen auftrumpfen? Viel wichtiger als „WAS“ Sie tun oder sagen ist „WIE“ Sie es tun. Das HARDSELLING-samtweich-Prinzip lehrt Sie zu denken, zu handeln und somit zu fühlen wie ein Topverkäufer. Das ist mein Ansatz. Ein auswendig gelernter Satz kann so künstlich klingen ...

Darum, und da das Buch den Fokus klar auf den raschen Verkaufsabschluss legt, finden Sie hier

- keine komplexen Gesprächsabläufe in der Form: Kunde sagt – Verkäufer antwortet ...
- keinen „Effizienter-arbeiten“-Ratgeber (was auch immer das heißt), da sich dies durch den Fokus auf den Verkaufsabschluss automatisch ergibt,
- keinen „Organisation & Zeitmanagement“-Ratgeber, da durch den Fokus auf den Verkaufsabschluss alles Unnötige automatisch wegfällt,
- keine Anleitung für den Projektverkauf,
- keine Aftersales- und Kundenbindungsprogramme,
- keinen „Work-Life-Balance“-Ratgeber
- und vor allem: Keine Tricks, wie Sie Kunden über den Tisch ziehen.

... dafür Verkauf, in seiner pursten Form ...

Für wen das Buch gedacht ist oder Wollen Sie mehr?

Dies ist in erster Linie ein Verkaufsbuch und somit für alle gedacht, die in kürzester Zeit ihren Verkaufsumsatz wesentlich steigern wollen. Es ist jedoch ganz speziell für jene Menschen, die etwas bewegen, etwas mehr wollen in ihrem Leben. Mehr Erfolg, mehr Spaß, mehr Geld ...

Denn das HARDSELLING-samtweich-Prinzip ist mehr als „noch“ ein Buch über Verkauf. Egal in welchem Lebensbereich man erfolgreich sein möchte, es geht