

Verkaufstraining

Einwände als Chance nutzen

Heinz G. Bader
SALESCONSULTING

Ganzheitliche, durchgängige Vertriebs- und Verkaufsoptimierung – seit 1991.

Dr.-Matzke-Straße 17
89284 Pfaffenhofen
Tel. 07302 - 92 32 603
Email info@heinzbader.de
www.heinzbader.de

Improved Selling

Besser verkaufen,
mit System.



Typische Einwände und erfolgreiche Antworten

Auf typische Einwände im Berufs- und Privatleben finden Sie hier erfolgreiche Antworten.

Es ist oft das, was gesagt wird, nicht wirklich das, was gemeint war.

Natürlich. Auch hier macht der Ton die Musik! Wie Sie auf den Einwand reagieren kann für Ihren Erfolg entscheidend sein. Sie wissen ja – nicht das WAS ist entscheidend, sondern das WIE!

Wirken Sie auf den anderen nicht überdominant oder aggressiv indem Ihre Antworten zu spontan und eingeübt wirken. Nehmen Sie sich Zeit, indem Sie eine kurze Pause vor Ihrer Antwort machen.

„Schicken Sie mir zuerst mal Unterlagen“

- Gern! Wünschen Sie einen Überblick oder spezielle Infos?
- Natürlich! Was genau darf ich Ihnen denn schicken?
- Das mache ich gern. Wofür interessieren Sie sich besonders?
- Natürlich! Unsere Kunden bevorzugen oft eine kurze persönliche Info, statt lange lesen zu müssen. Wie ist es bei Ihnen?

+ Ihre Anregung oder Idee

„Die Konkurrenz bietet mir einen Nachlass“

- Interessant, und wie hoch ist dieser Nachlass?
- Ja, und meistens findet der Nachlass dann bei der Leistung statt.
- Aha. Darf ich fragen, wer Ihnen diese bietet?
- Ja, manche Anbieter machen Kompromisse bei der Qualität.
- Ich verstehe. Wie wichtig ist für Sie stattdessen der Profit, den Sie mit einem wirklich erfolgreichen Produkt machen?
- Ja, und die entscheidende Frage lautet: Wo wird gespart?
- Ja, und wie schützen Sie sich vor teuren Nachforderungen?
- Natürlich. Was meinen Sie: Lässt nicht dann auch der Service nach?

+ Ihre Anregung oder Idee

„Ich habe jetzt keine Zeit?“

- Natürlich. Wann melde ich mich denn am besten wieder?
- Das ist in Ihrer Position natürlich völlig klar, und genau deshalb habe ich für Sie die wichtigsten Punkte zusammengefasst.
- Das verstehe ich. Wann passt es Ihnen denn besser?
- Ja, Zeit ist für uns alle knapp. Wie gehen wir weiter vor?

+ Ihre Anregung oder Idee

„Das ist mir zu teuer“

- Das verstehe ich. Welche Kriterien sind sonst für sie wichtig?
- Aha! Bitte sagen Sie mir: Wie kommen Sie darauf?
- Ich verstehe! Was genau trennt uns denn von „preiswert“?
- Natürlich, auch ich achte auf den Preis. Was ist für sie teuer?

- Ich verstehe! Welche Leistungen können wir weglassen?
- Aha! Sind Sie sicher, dass der Preis für Sie entscheidend ist?

+ Ihre Anregung oder Idee

„Ich habe kein Interesse“

- Interessant. Meinen sie dies für heute oder ganz generell?
- Das verstehe ich, und genau deshalb würde ich Ihnen das Ganze gern einmal völlig anders darstellen. Dann können Sie besser entscheiden, wie interessant dieses Angebot für Sie ist.
- Oh, das erstaunt mich. Darf ich fragen, warum?
- Aha! Sind sie sicher, dass Sie davon nicht profitieren wollen?

+ Ihre Anregung oder Idee

„Das gefällt mir so nicht“

- Gut! Was können wir ändern, damit es Ihnen gefällt?
- Danke, dass Sie das jetzt sagen. Was genau meinen Sie?
- Danke, dass Sie das sagen. Worauf legen Sie noch Wert?

+ Ihre Anregung oder Idee

„Das überlege ich mir noch mal“

- Ich verstehe! In welchen Punkten zweifeln Sie denn noch?
- Ja, ich entscheide auch nicht immer spontan. Und oft fehlen mir wichtige Informationen. Welche fragen haben Sie noch?
- Gern! Wann reden wir am besten wieder darüber?
- Aha! Sind Sie sicher, dass Sie noch länger abwarten wollen?
- Gut! Was würde sie motivieren, sich sofort zu entscheiden?

+ Ihre Anregung oder Idee

„Das kann ich nicht allein entscheiden“

- Natürlich. Wen können wir denn noch dazunehmen?
- Ich verstehe! Ich finde es gut, dass Sie eine zweite Person an dieser Entscheidung beteiligen wollen. An wen denken Sie?
- Aha! Sind Sie sicher, dass Sie dies nicht entscheiden können?
- Aha! Darf ich fragen: Wollen oder dürfen Sie nicht alleine...?

+ Ihre Anregung oder Idee

„Sie haben mich nicht überzeugt“

- Danke! Welche Punkte sind denn für Sie besonders wichtig?
- Aha! Was fehlt Ihnen noch um überzeugt zu sein?
- Danke für das offene Wort. Was genau hat Sie nicht überzeugt?
- Das tut mir leid. Was würde Sie denn sofort überzeugen?

+ Ihre Anregung oder Idee

„Dafür bin ich nicht zuständig“

- Aha. Wen empfehlen Sie mir als richtigen Ansprechpartner?
- Ich verstehe. Mit wem spreche ich darüber denn am besten?

- Oh, das wusste ich nicht. Wofür sind Sie denn verantwortlich?
- + Ihre Anregung oder Idee

„Wir haben momentan kein Geld“

- Ja, die wirtschaftliche Situation ist momentan für alle ungünstig. Und gerade deshalb sind neue Ideen besonders wichtig.
 - Aha. Wann sollten wir wieder miteinander reden?
 - Ich verstehe. Was meinen Sie, wann sich dies ändern wird?
- + Ihre Anregung oder Idee

„Das interessiert uns nicht“

- Interessant! Meinen Sie das für jetzt oder für immer?
 - Ich verstehe. Haben Sie schlechte Erfahrungen gemacht?
 - Das ist interessant! Wie kommen sie denn darauf?
 - Aha. Was würde Ihr Interesse denn steigern?
- + Ihre Anregung oder Idee

„Das können andere viel besser“

- Natürlich. Auch andere sind gut. Was meinen Sie mit „besser“?.
 - Ich verstehe. Wer sind für Sie denn die anderen?
- + Ihre Anregung oder Idee

„Ich will nichts überstürzen“

- Das verstehe ich gut! Was verunsichert Sie jetzt noch?
 - Klar! Wie viel Zeit brauchen Sie für gute Entscheidungen?
 - Selbstverständlich! Wann ist für Sie der richtige Zeitpunkt?
 - Interessant! Sind Sie sicher, dass Sie jetzt etwas überstürzen?
- + Ihre Anregung oder Idee

„Ich will mich erst einmal informieren“

- Gern! Welche Informationen helfen Ihnen denn weiter?
 - Das verstehe ich! An welche Anwendungen denken Sie?
 - Ich verstehe! Wie fühlen Sie sich am besten informiert?
 - Ja natürlich! Und genau deshalb gebe ich Ihnen gern einen kurzen Überblick über die Möglichkeiten.
- + Ihre Anregung und Idee

„Ich will noch einmal abwarten“

- Natürlich. Was meinen sie: Wie lange wollen Sie abwarten?
 - Aha! Sind Sie sicher, dass Ihnen keine Nachteile entstehen?
 - Ich verstehe! Was meinen Sie wird durchs Abwarten besser?
- + Ihre Anregung oder Idee

„Wir wollen uns erst noch nach Alternativen umsehen“

- Ich verstehe. Darf ich fragen, wann / wie Sie dies tun werden?
- Natürlich. Was wäre denn eine Alternative zu uns?

- Aha. In welchen Punkten sind Sie denn noch nicht überzeugt?
 - Aha. Meinen Sie, dies ist den zeitlichen Mehraufwand wert?
- + Ihre Anregung oder Idee

„Wir melden uns wieder“

- Das freut mich! Wollen wir gleich einen Termin vereinbaren?
 - Schön. Werden Sie sich telefonisch oder schriftlich melden?
 - Vielen Dank. Wann darf ich ungefähr damit rechnen?
 - Ich verstehe! Was darf ich Ihnen zwischenzeitlich zusenden?
- + Ihre Anregung oder Idee

„Ich habe Ihre Informationen noch nicht gelesen“

- Ich verstehe. Wollen wir jetzt einfach kurz darüber reden?
 - Gut. Wann rufe ich Sie denn am besten wieder an?
 - Natürlich, wir haben alle viel zu tun. Und genau deshalb würde ich Ihnen gern Zeit sparen und Sie jetzt kurz informieren.
 - Ich verstehe. Was halten Sie davon, wenn ich Ihnen die Arbeit abnehme und Ihnen das Wichtigste erzähle?
- + Ihre Anregung oder Idee

„Wir haben keinen Bedarf“

- Aha. Was meinen Sie: Wann wird sich das ändern?
 - Aha. Darf ich fragen, woran Sie keinen Bedarf haben?
 - Natürlich. Sind Sie sicher, dass Sie unser Angebot kennen?
 - Das ist gut, und wir beraten Sie gerade dann besonders gern, wenn Sie noch keinen zwingenden Bedarf haben.
 - Ich verstehe! Wollen Sie das wirklich entscheiden, bevor Sie alle Vorteile unseres Angebotes kennen gelernt haben?
- + Ihre Anregung oder Idee

„Das muss ich noch mit dem Chef besprechen“

- Natürlich. Wie kann ich Sie dabei am besten unterstützen?
 - Ich verstehe. Wann und wie wollen Sie das tun?
 - Natürlich. Was können wir tun, damit Sie dann gut dastehen?
 - Aha. Wie können wir das Gespräch optimal vorbereiten?
- + Ihre Anregung oder Idee

„Ich kenne Sie ja überhaupt nicht“

- Natürlich. Geben Sie mir die Möglichkeit dies zu ändern?
 - Natürlich, und genau deshalb rufe ich Sie heute an.
 - Genau. Wir legen keinen Wert auf Öffentlichkeit, sondern wenden uns lieber an ausgewählte Kunden wie Sie.
 - Genau! Wäre es nicht schön, wenn wir dies sehr bald ändern?
 - Ich verstehe. Und genau deshalb suche ich die Gelegenheit, mich mit Ihnen bestens bekannt zu machen.
- + Ihre Anregung oder Idee

„Das ist noch nicht das Richtige“

- Gut! Welche Verbesserungen schlagen Sie vor?
 - Ich verstehe! Was fehlt Ihnen denn noch?
 - Das verstehe ich gut, und genau deshalb ist es wichtig, dass wir uns noch einmal ganz genau über Ihre Wünsche unterhalten.
 - In Ordnung! Welche Punkte stören Sie denn noch?
- + Ihre Anregung oder Idee

„Das ist ja nichts Neues“

- Aha! Ist es für Sie besonders wichtig, dass es neu ist?
 - Ich verstehe! Haben Sie mit Neuem immer gute Erfahrungen gemacht?
 - Interessant! Wie kommen Sie darauf, dass es nichts Neues ist?
 - Aha! Ist Altbewährtes, Erprobtes für Sie nicht ebenso wichtig?
- + Ihre Anregung oder Idee

„Ich brauche 15 Prozent Rabatt“

- Aha! Wäre es für Sie nicht unseriös, wenn wir dies täten?
 - Gut! Wie wollen wir die Leistung um 15 Prozent reduzieren?
 - Okay! Sind Sie bereit dafür Abstriche in Kauf zu nehmen?
 - Aha! Sind Sie sicher, dass das entscheidend für Sie ist?
 - Aha! Sie legen auf die Qualität also keinen so großen Wert?
 - Klar, ich achte auch auf den Preis. Und doch habe ich die Erfahrung gemacht, dass ich Billigangebote meist nicht rechnen.
 - Natürlich. Dann müssten wir allerdings den besonderen Service oder die Qualität reduzieren. Wollen Sie das wirklich?
 - Klar, das wollen wir alle. Geben Sie selbst auch 15 Prozent?
- + Ihre Anregung oder Idee

„Das bringt doch alles nichts“

- Aha! Was meinen Sie? Haben Sie schlechte Erfahrungen gemacht?
 - Ich verstehe Sie. Was halten Sie von einer neuen Erfahrung?
 - Interessant? Wie kommen Sie denn darauf?
 - Aha! Sind Sie sicher, dass dies wirklich immer zutrifft?
 - Ich verstehe. Wollen Sie wirklich alles unversucht lassen?
- + Ihre Anregung oder Idee

„Wir werden bereits bestens vom Wettbewerb betreut“

- Prima. Sie sagen „bestens“. Was ist für Sie denn entscheidend?
- Aha. Sind Sie wirklich in allen Punkten restlos begeistert?
- Das ist schön. Wie kommen Sie denn mit nur einem Anbieter in Zeiten höherer Nachfrage klar? Ist das nicht gefährlich?
- Das freut mich für Sie. Sind Sie sicher, dass das so bleibt?

- Prima. Wie interessant ist es für Sie, dieses „bestens“ noch zu steigern?
- Schön zu hören. Was halten Sie davon, jederzeit eine ebenso gute Alternative parat zu haben?
- Das ist schön. Wie wäre es, wenn Sie durch einen Zweitlieferanten möglichen Abhängigkeiten vorbeugen?

+ Ihre Anregung oder Idee

„Das haben schon viele versprochen. Ich glaube das nicht“

- Ja, Schaumschläger gibt es. Was genau glauben Sie nicht?
- Ja, Versprechungen gibt es oft. Wie darf ich Sie überzeugen?
- Ich verstehe, dass Sie enttäuscht sind. Was müsste ich tun, damit Sie mir jetzt glauben?
- Das tut mir leid. Was meinen Sie: Ist es nicht gerade dann an der Zeit, dass Sie jetzt eine neue, positive Erfahrung machen?

+ Ihre Anregung oder Idee

„Wir haben uns bereits für den Wettbewerber entschieden“

- Aha. Darf ich fragen, ob Ihre Entscheidung endgültig ist?
- Das respektiere ich natürlich. Was waren die Gründe dafür?
- Schade. In welchen Teilen des Angebots lagen die Vorteile?
- Aha. Wollen sie künftig allein auf diesen Anbieter bauen?
- Ich verstehe. Darf ich fragen, für welchen Wettbewerber?
- Gratuliere. Und in Bezug auf eine eventuelle künftige Zusammenarbeit wäre ich Ihnen sehr dankbar, wenn Sie mir kurz die Gründe nennen.

+ Ihre Anregung oder Idee

„Das habe ich mir anders vorgestellt“

- Ich verstehe! Welche Vorstellungen haben sie genau?
- Das tut mir Leid. Welche Änderungen wünschen Sie denn?
- Ich verstehe Sie! Woran orientieren Sie sich?

+ Ihre Anregung oder Idee

„Ich glaube, Sie sind nicht der Richtige für uns“

- Interessant. Was meinen Sie bitte mit „nicht der Richtige“?
- Ich verstehe. Wie kommen Sie denn darauf?
- Ich respektiere Ihre Ansicht und wäre Ihnen dankbar, wenn Sie sich einen neuen, zweiten Eindruck verschaffen.
- Aha. Darf ich fragen, wie Sie zu dieser Meinung kommen?

+ Ihre Anregung oder Idee

„Damit haben wir schlechte Erfahrungen gemacht“

- Das tut mir Leid. Was ist denn so schlecht gelaufen?
- Ich verstehe. Wann haben Sie diese Erfahrung gemacht?
- Aha. Was meinen Sie: Worauf ist künftig mehr zu achten?
- Ich verstehe Sie. Sind Sie sicher, dass das immer so sein muss?

- Aha. Darf ich fragen: Womit genau haben Sie schlechte Erfahrungen gemacht?
 - Aha. Was hätte Ihrer Meinung nach anders laufen müssen?
- + Ihre Anregung oder Idee

„Ihr Produkt ist mir zu neu“

- Ja, wir präsentieren Ihnen gern innovative Produkte.
 - Aha. Wollen Sie nicht zu den Ersten Gehören, die ...?
 - Ja, es hat sich Einiges auf diesem Gebiet getan.
 - Ja, unser Produkt ist tatsächlich auf dem neuesten Stand.
 - Ja, Sie können tatsächlich jetzt schon davon profitieren.
 - Aha. Haben Sie mit neuen Produkten schlechte Erfahrungen gemacht?
- + Ihre Anregung oder Idee

BADER SALESCONSULTING