

# Verkaufsgespräch

---

## Sprachverhalten

- gesprächsfördernde Elemente
  - aktives Zuhören
  - Zustimmung
  - Nachfragen
  - Denkanstöße geben
- gesprächsstörende Elemente
  - Killerphrasen
  - Drängen/Überreden
  - Vorwürfe machen
  - Befehle erteilen
- Elemente der Sprachtechnik
  - Betonung
  - Sprechtempo
  - Stimmlage
  - Aussprache
  - Lautstärke
  - Sprechpausen

## Körpersprache

- Blickkontakt
  - Bewegung der Augen
    - positiv
      - offener, zugewandter Blick
    - negativ
      - ausweichender Blick
- Mimik
  - Bewegung im Gesicht
    - positiv
      - lächeln
    - negativ
      - “strenger Blick”

- Gestik
  - Bewegungen mit den Gliedmaßen
    - positiv
      - Kopfnicken
      - offene Handflächen
    - negativ
      - hochgezogene Schultern
      - Kopfschütteln
- Körperhaltung
  - positiv
    - Zuwendung
    - Vorwärtsbewegung
  - negativ
    - Zurücknehmen
    - Abwendung
- nonverbale Kommunikation
  - äußeres Auftreten (Schmuck, Kleidung, etc.)
    - Man kann die Körpersprache positiv einsetzen
    - Man kann Absichten/Einstellungen/Empfindungen erfahren
    - Man kann Interesse/Abneigung/Sympathie erkennen
    - Man kann sich auch Kunden vorbereiten

## Warenkenntnisse - Verkaufsargumentation

- Warenbezogene Argumentation
  - Preis, Konditionen, Service
    - eigene, Konkurrenz
  - Material, Rohstoffe
    - Umweltaspekte
  - Herstellung
    - Verfahren
- Nutzenbezogene Argumentation
  - Gebrauchsnutzen
    - Funktion, Verwendung
  - Zusatznutzen
    - Sicherheit, Umweltschutz
  - Qualitätsmerkmale
    - Gütezeichen, Zertifikate

# Bedarfsermittlung

- direkte Bedarfsermittlung  
erfolgt durch gezielte Fragen um die Kaufabsichten zu ermitteln
  - W-Fragen
- indirekte Bedarfsermittlung  
erfolgt durch allgemeine Fragen, sowie ein Testangebot
  - bei Ablehnung Alternativangebot

# Methoden der Preisnennung

- Verzögerung  
Preis wird bis zum offensichtlichen verstärktem Kaufwunsch zurückgehalten
- Sandwich  
Preis wird zwischen Verkaufsargumentation “verpackt”
- Vorteil-Nachteil Methode  
Kundeneinwände werden entkräftet, durch Vorteile wird der Preis gerechtfertigt

# Methoden der Einwandbehandlung

- Erstnennung  
Verkaufspersonal nimmt Einwand vorweg
- Akzeptieren  
Verkäufer akzeptieren ohne Gegenargument
- Ja-aber Methode  
nach Akzeptanz folgt Entkräftung
- Minus-Plus Methode  
Einwand wird durch Vorzüge “ausgeglichen”
- Umwandlungsmethode  
Einwand wird zum Argument

# Abschlusstechniken

- Alternativfrage  
Wahl zwischen zwei Produkten
- Suggestivfrage  
Frage gibt positive Antwort vor
- direkte Kaufaufforderung
- Zusammenfassung wichtigster Argumente