

Checkliste: 7 Tipps, mit denen Sie Ihren Kunden mehr Klarheit, Richtung und Sicherheit geben

Technik 1: Überwinden Sie die Ängste der Kunden!

In den meisten Fällen ist Angst der Grund für ein letztes Zögern vor einem Abschluss. Jeder Kauf kann für den Kunden auch ein Schritt vorwärts in eine ungewisse Zukunft sein, bei dem er Gewohnheiten hinter sich lassen muss. Hinzu kommt die Angst vor dem Fehler, das eigene Geld oder das Geld der Firma falsch zu investieren.

Tipp: Meist ist es an der Körpersprache oder am Ton der Stimme offensichtlich, wenn ein Kunde unsicher ist. Wenn Sie Anzeichen dafür bemerken, sprechen Sie den Kunden einfach darauf an. Stellen Sie eine Frage wie: „Was könnte im allerschlimmsten Fall passieren, wenn Sie jetzt Ja sagen?“ Gehen Sie dann Schritt für Schritt durch, welche Sicherheiten, Garantien und Hilfen Sie haben, um dem Kunden das gute Gefühl zu geben, dass nichts passieren kann.

Technik 2: Arbeiten Sie mit einer starken Garantie!

Bestimmt leisten auch Sie Garantien. Bei Produkten sind Gewährleistungen gesetzlich vorgeschrieben. Im Versandhandel gibt es das Widerrufsrecht. Dieses Gefühl, dass der Kunde etwas rückgängig machen kann oder dass er Ersatz bekommt, falls etwas nicht funktioniert, gibt Sicherheit und kann der letzte Anstoß für einen Kauf sein, wenn der Kunde zögert.

Tipp: Entwickeln Sie eine besonders starke Garantie oder einen Sicherheitservice, der möglichst über die gewohnten und üblichen Leistungen in Ihrer Branche hinausgeht. Weisen Sie den Kunden erst in der letzten Phase des Verkaufsgesprächs darauf hin. Bieten Sie ihm die Extrasicherheit genau im richtigen Moment an, wenn die Abschlussängste kommen.

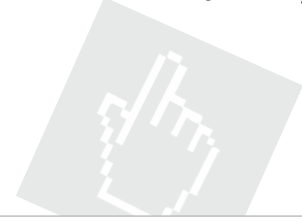
Technik 3: Bewahren Sie sich ein Bonbon für den Schluss auf!

Dosieren Sie Ihre Argumente und Leistungen ein wenig. Natürlich bringen Sie Ihre wichtigsten Nutzenvorteile, die für Ihr Angebot sprechen, ganz am Anfang des Verkaufsgesprächs und schon in der Akquisitionsphase. Doch in der Schlussphase kann es hilfreich sein, wenn Sie ein kleines Extra in der Hinterhand haben.

Tipp: Suchen Sie sich ein kleines, aber aus Kundensicht interessantes Bonbon. Das kann ein Zusatzprodukt sein, eine erste Gratislieferung von Verbrauchsmaterial, eine kostenlose Serviceleistung etc. Bringen Sie dieses verlockende Extra bewusst erst ganz am Schluss. Das allein kann möglicherweise aufkommende letzte Bedenken oder Ängste schon im Keim ersticken. Und wenn Sie merken, dass dieses Extra gar nicht notwendig ist – umso besser: Überraschen Sie den Kunden damit erst nach dem Abschluss. Dann sieht er, dass Sie auch nach dem Abschluss an ihn denken.

Technik 4: Zeigen Sie die ersten Schritte!

Wenn Sie merken, dass ein Kunde zögerlich wird, kann es auch hilfreich sein, ihm genau zu zeigen, wie leicht die ersten Schritte mit Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung sein werden.



Denn der Grund für das Zögern kann sein, dass der Kunde zwar überzeugt ist, aber befürchtet, dass jetzt zu viel Aufwand oder Mühe auf ihn zukommt.

Tipp: Zeigen Sie dem Kunden, wie genau der Ablauf sein wird, wenn er zum ersten Mal bei Ihnen kauft. Vielleicht haben Sie sogar ein festgelegtes Programm für die Betreuung von Neukunden. Jetzt haben Sie die große Chance zu zeigen, wie leicht und mühelos der Start für Ihre Neukunden ist.

Technik 5: Rechnen Sie vor, was Untätigkeit kostet!

Wer als Kunde im letzten Moment nicht zusagt, handelt meist aus einem Sicherheitsbedürfnis heraus. Wer nichts macht, riskiert zumindest keine Fehler!

Tipp: Machen Sie schon in Vorbereitung auf eine solche Situation eine Rechnung auf: Was kostet es, jetzt nichts zu tun? Welche Vorteile, Chancen oder Kostensparmöglichkeiten gehen verloren, wenn der Kunde sich jetzt nicht für Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung entscheidet? Wenn aus der Rechnung klar hervorgeht, dass Untätigkeit in Wahrheit die teurere Variante ist, können Sie auch den zögerlichen Kunden gewinnen.

Technik 6: Gehen Sie einen Schritt zurück!

Manchmal bleibt es schlicht unklar, was den Kunden im letzten Moment doch vom Kauf abhält. Dann brauchen Sie mehr Informationen über den Kunden und seine Wünsche oder über die Entscheidungsprozesse bei ihm.

Tipp: Stellen Sie Test-Abschlussfragen wie: „Was müsste ich tun, damit wir uns heute einig werden?“ Oder: „Welche Informationen brauchen Sie noch, damit wir den nächsten Schritt machen und den Vertrag aufsetzen können?“ Oftmals kommt dann der Kunde mit den wahren Hindernissen oder Bedenken – und Sie können helfen, den Weg freizumachen.

Technik 7: Akzeptieren Sie keine Unverbindlichkeit!

Wenn nichts hilft und der Kunde den Abschluss auf jeden Fall verschieben will, akzeptieren Sie keine Unverbindlichkeit wie: „Ich melde mich dann bei Ihnen!“ Dann ist die Gefahr groß, dass Sie nie wieder etwas von dem angehenden Kunden hören, in den Sie schon so viel Zeit investiert haben.

Tipp: Wenn der Kunde einfach keine Entscheidung treffen will, gehen Sie zumindest mit einem verbindlichen nächsten Termin als Minimalziel heraus. Verabreden Sie ein nächstes Treffen oder zumindest ein Telefonat mit Uhrzeit, damit die Sache nicht im Sand verläuft.