

---

# VERKAUFSTECHNIK

## 1. Wie Sie Ihre Kunden am besten ansprechen

In diesem Kapitel erfahren Sie, welche drei Situationen grundsätzlich für den Einstieg in ein Verkaufsgespräch unterschieden werden müssen. Anhand von Beispielen entwickeln Sie Ideen, wie Sie Ihre Kunden am besten über die Ware ansprechen können.

Mit der Begrüßung geben wir unsere persönliche Visitenkarte ab. Die Begrüßung soll freundlich sein und es dem Kunden ermöglichen, sich wohlfühlen. Bedenken Sie: Ihr Kunde befindet sich sozusagen „auf fremdem Territorium“. Bereits in unserer frühen Kindheit haben wir durch Erziehung gelernt, uns, wenn wir irgendwo zu Besuch sind, anders zu benehmen als in unseren eigenen vier Wänden. Kinder lernen, anderswo vorsichtiger zu sein, nicht gleich alle Türen und Schränke aufzumachen. Das führt dazu, dass wir uns auch später im Leben entsprechend verhalten. Hier liegt die Erklärung für die vielzitierte Schwellenangst der Kunden.

Allerdings reagieren die Menschen unterschiedlich auf diese **Schwellenangst**. Je nachdem, welcher Typ sie sind, verhalten sie sich entweder schüchtern oder besonders dominant. Deshalb müssen wir etwas tun, um es dem Kunden leicht zu machen, sich in unserem Geschäft wohlfühlen. Naturgemäß ist die Schwellenangst in einem Warenhaus nicht so groß wie in einem klassischen Fachgeschäft. Die Kunst des Verkaufens besteht in jedem Falle darin, dem Kunden einerseits das Gefühl von Freiheit zu geben, ihn aber andererseits mit der entsprechenden Fachkompetenz zu **beraten, wenn er dies wünscht oder die Situation es erfordert**.

In jedem Falle – auch bei reiner Selbstbedienung – empfiehlt sich zur Begrüßung ein freundliches „Guten Tag“ oder „Guten Morgen“. Fast noch wichtiger als die Begrüßungsformel ist dabei der **Blickkontakt**.

Welche Form des Einstiegs ins Verkaufsgespräch verspricht nun den meisten Erfolg?

Ganz sicher nicht die Frage „Bitte schön?“ oder „Was darf es sein?“ Welche Frage angemessen ist, richtet sich nach der Situation. Wir unterscheiden **drei verschiedene Situationen**, in denen wir den Kunden ansprechen.

### 1. Situation: Kunde benötigt offensichtlich Ihre Hilfe

Nur dann, wenn der Kunde im Eingangsbereich Ihres Geschäfts steht oder sich in der Abteilung suchend umsieht, also über seine Körpersprache deutlich seine Orientierungslosigkeit ausdrückt und offensichtlich Ihre Hilfe benötigt, sollten Sie ihn so ansprechen:

♥ „Guten Tag, (wie) darf ich Ihnen helfen?“

♥ „Was darf ich für Sie tun?“

Vermeiden Sie den Rote-Kreuz-Satz „Kann ich Ihnen helfen?“ (es sei denn, der Kunde kommt an Krücken und mit Kopfverband). Hierfür sprechen zwei Gründe: Der Satz „Kann ich Ihnen helfen?“ ist er durch seinen häufigen Gebrauch weitgehend sinnentleert. Außerdem können Sie zu Beginn des Gesprächs gar nicht wissen können, ob Sie dem Kunden überhaupt helfen können.

### 2. Situation: Der Kunde ergreift selbst die Initiative

Wenn der Kunde aber selbst die Initiative ergreift, sich vor Ihnen aufstellt und von sich aus Blickkontakt zu Ihnen aufnimmt, so, wie es im klassischen „Theken-Verkauf“ vorkommt, dann genügt es voll und ganz, wenn Sie den Kunden lächelnd begrüßen und danach eine Pause machen, um ihm Gelegenheit zu geben, seine Wünsche zu äußern. Er wird Ihnen jetzt mit Sicherheit sagen, was er möchte.

## Bekleidung verkaufen mit Herz ♥ und Kompetenz

### 3. Situation: Der Kunde versucht, einer Beratung aus dem Weg zu gehen

Die schwierigste Situation ist die, wenn der Kunde als „Durchstarter“ in Ihr Geschäft bzw. in die Abteilung kommt, – den Blick starr geradeaus gerichtet, Blickkontakt zu Ihnen vermeidend, Ihre Begrüßung nicht erwidern, schnellen Schrittes sich an allen Verkaufskräften vorbeimogelnd – um sich am Warenträger selbst mit der Ware zu beschäftigen. Das ist vor allem dann problematisch, wenn diese Ware in hohem Maße erklärungsbedürftig ist und es bei Nicht-Beratung zu einem Fehlkau oder Nichtkauf kommen kann.

Der „Durchstarter“ blockt ab, wenn wir ihn auf seinem Weg zur Ware stellen und ihn mit „Kann ich Ihnen helfen?“ begrüßen. Vermeiden Sie es, diesen Kunden frühzeitig abzufangen; er wird in den meisten Fällen nur mit „Ich möchte mich nur mal umsehen“ oder „Ich möchte nur mal durchschauen“ antworten und Sie damit frustrieren. Geben Sie diesem Kunden „etwas Leine“, bis er an der Ware steht. Erst dann treten Sie auf ihn zu und sprechen ihn über die Ware an, z.B.:

♥ *„Guten Tag. Haben Sie Ihre Größe schon gefunden, oder darf ich Sie beraten?“*

♥ *„Grüß Gott. Sie benötigen / tragen Größe ...?“*

♥ *„Guten Tag. Haben Sie schon gefunden, was Sie suchten, oder darf ich Sie beraten?“* (Wenn der Kunde z.B. schon mehrere Kleidungsstücke angefasst oder anprobiert hat)

♥ *„Wie gefällt Ihnen diese Farbe? Sie können sie sehr gut kombinieren.“* (So geben Sie gleich eine Information)

♥ *„Wie gefällt Ihnen das Material? Es liegt im Moment voll im Trend und ist außerdem sehr robust.“* (So geben Sie gleich eine Information)

♥ *„Guten Tag. Ich sehe, Sie haben sich schon ein wenig umgeschaut. Für welche Gelegenheiten suchen Sie einen Anzug?“*

♥ *„Wie gefällt Ihnen dieser Blazer? Sie können ihn sehr gut zu einfarbigen Hosen tragen. Ziehen Sie ihn doch mal an.“*

♥ *„Guten Tag. Ich sehe, Sie interessieren sich für eine Jeans. Haben Sie schon eine ganz bestimmte Vorstellung oder darf ich Sie beraten?“*

♥ *„Guten Tag. Ich sehe, Sie haben sich die Blusen schon etwas näher angeschaut. Wozu möchten Sie die Bluse tragen?“*

♥ *„Guten Tag. Ich sehe, Sie haben sich schon ein wenig bei den Mänteln umgeschaut. Für welche Gelegenheiten soll er sein?“*

♥ *„Guten Tag. Fühlt sich der Pullover nicht herrlich weich an? Er ist aus reinem Kaschmir.“* (So geben Sie – mit Begeisterung – eine Information über die Ware.)

Mit der Frage „Darf ich Sie beraten?“ haben Sie sich das Entree verschafft, Ihrem Kunden auch von sich aus Produkte vorzulegen. Außerdem erhöhen Sie Ihre Kompetenz, indem Sie sich als Beraterin/Berater qualifizieren. Dies gilt vor allem auch dann, wenn Sie als Verkäufer/in jünger sind und einen älteren Kunden/eine ältere Kundin vor sich haben.

Welche Fragen Sie – außer der Rote-Kreuz-Frage – unbedingt vermeiden sollten:

Sagen Sie nicht: „Kommen Sie zurecht?“

Auf diese Frage braucht der Kunde nur mit „Ja, schönen Dank“ zu antworten - und Sie stehen im Regen.

---

Sagen Sie nicht: „Suchen Sie etwas Bestimmtes?“  
Wenn Kunden etwas ganz Bestimmtes suchen, gehen sie meist auf Verkäufer zu und fragen danach. Besser ist es, mit der Alternativfrage: „Haben Sie einen ganz bestimmten Wunsch oder darf ich Sie beraten?“ vorzugehen. Aber auch das nur, nachdem der Kunde bereits geäußert hat, für welche Produktgattung er sich interessiert.

Sagen Sie nicht: „Sie möchten sich nur mal umschauen?“  
Hiermit laden Sie den Kunden förmlich ein zum „Ja“. Und das war's!

Nachdem Sie nun einige Anregungen erhalten haben, wie Sie den Einstieg in ein Verkaufsgespräch finden, stellen wir Ihnen im folgenden Kapitel anhand von Beispielen dar, wie Sie mit herausfordernden Situationen zu Beginn des Verkaufsgesprächs umgehen können.

## 2. Wie Sie mit herausfordernden Situationen zu Beginn des Verkaufsgesprächs umgehen

Sie erhalten in diesem Kapitel Anregungen, wie Sie mit herausfordernden Situationen zu Beginn des Verkaufsgesprächs umgehen können. Aufgrund dieser Anregungen können Sie eigene Lösungen für herausfordernde Situationen entwickeln.

- **Wenn ein Kunde trotz Ihrer Begrüßung über die Ware sagt: „Ich möchte mich nur mal umsehen!“**  
Dann antworten Sie:

♥ *„Selbstverständlich, gern! Wenn Sie Fragen haben, bin ich für Sie da.“*

Behalten Sie dann unbedingt den Kunden im Auge. Geben Sie ihm aber nicht das Gefühl, beobachtet zu werden (z.B. indem Sie sich zu dicht hinter ihn stellen).

- **Falls Sie den Eindruck haben, dass der Kunde vielleicht „klauen“ will,** dann sagen Sie stattdessen:

♥ *„Gern. Wenn Sie eine Frage haben: ich bin in Ihrer Nähe!“*

- **Wenn Ihr Kunde in forderndem Ton sagt, „Zeigen Sie mir doch mal etwas!“** Dann antworten Sie:

♥ *„Gern. Wir haben in diesem Bereich eine große Auswahl und ich bin sicher, dass wir das Richtige für Sie finden werden. Ich zeige Ihnen einmal drei ganz verschiedene Möglichkeiten, damit wir gemeinsam herausfinden können, in welche Richtung Sie am ehesten tendieren. Sagen Sie mir bitte, worauf legen Sie bei ... besonderen Wert?“*

Nun können Sie drei verschiedene Preislagen und Arten zeigen. Es ist kein Problem, mit der höchsten Preislage zu beginnen, wenn Sie alle drei Alternativen sofort nebeneinander zeigen.

- **Wenn ein Kunde nach einer Marke fragt, die Sie nicht führen.** Dann fragen Sie:

♥ *„Darf ich Sie fragen, gibt es einen ganz bestimmten Grund, warum Sie auf ... festgelegt sind?“*

Wenn Ihr Kunde Ihnen seine Kriterien nennt, die ihn dazu veranlasst haben, ein bestimmtes Produkt, das Sie nicht führen, nachzufragen, dann können Sie auf dieser Basis antworten:

♥ *„Das Produkt ... (das Ihr Kunde nachfragt) ist sicherlich ein gutes Produkt. Darf ich Ihnen einmal ein vergleichbares Produkt von ... zeigen? Auch bei diesem ... haben Sie die Vorteile ...“*