



## Vom Umgang mit Kundeneinwänden

Heute beschäftigen wir uns mit einem der „Highlights“ jedes Verkaufsgesprächs: dem **Kundeneinwand!**

- ☹ „zu teuer“
  - ☹ „zur Zeit kein Bedarf“
  - ☹ „haben schon einen anderen Anbieter“
  - ☹ „keine Zeit“
- sind Sätze, die jeder Verkäufer kennt. Warum ist der Einwand aber ein „Highlight“ – also etwas Positives?

Zunächst einmal würde ein Kunde sich nie die Mühe eines (echten) Einwandes machen, wenn das Produkt ihn gar nicht interessieren würde. Ein Einwand bedeutet ja, dass sich der Kunde Gedanken gemacht hat, aber noch nicht überzeugt ist.

Also: **Chance und Auftrag für uns, an seiner Überzeugung zu arbeiten!** Weiterhin gilt der Grundsatz: Einen „ausgesprochenen“ Einwand können wir entkräften, einen „unausgesprochenen“ nicht! Und: Wann macht ein Auftrag mehr Spaß? Wenn der Kunde völlig widerspruchslos kauft, oder wenn wir nach hartem „Kampf“ überzeugend sein konnten?

1. Schritt auf unserem Weg zur guten Einwandbehandlung ist deshalb: **Einwände lieben!** Das führt direkt zum 2. Schritt: Bekanntermaßen ist Verkauf sehr viel Emotion. Wenn ich als Verkäufer im Verkaufsgespräch Unsicherheit ausstrahle, merkt das mein Gegenüber sofort. Gerade dann, wenn ein Kundeneinwand kommt, ist die Gefahr hierfür natürlich groß. Unsicherheit beim Kunden entsteht sofort, wenn der Verkäufer unsicher wird. (Fehlender Blickkontakt, Sprache verändert sich, Nervosität etc). Der Kunde wird misstrau-

isch. Ganz wichtig ist also: **die Überzeugung des Verkäufers** von seinem Produkt, seiner Firma, seiner Person als Verkäufer und eine positive Sichtweise des Kundeneinwandes!

Bevor wir uns jetzt an die richtigen „Einwandbehandlungstechniken“ machen, gilt es noch zu überprüfen, ob der Kunde tatsächlich einen „sachlichen“ Einwand hat oder nur kein „gutes Gefühl“. Die meisten Verkaufsgespräche enden nicht aufgrund eines Einwandes, sondern weil der Kunde kein gutes Gefühl hat. Also den Verkäufer als Person nicht angenommen hat, ihm nicht vertraut hat. Hier helfen keine Techniken, hier ist Beziehungsarbeit gefragt.

Wie gehe ich jetzt mit einem (echten) Kundeneinwand um?

Erster, oberster und **wichtigster Grundsatz: „Reagiere auf einen Einwand niemals (!) mit einem Gegenargument!“**

Niemand mag es, wenn man ihm widerspricht, kein Kunde mag es, wenn man ihn belehrt oder versucht mit eigenen Verkaufsargumenten zu „besiegen“. Vielleicht haben Sie ja die besseren Argumente, aber dann gilt: „Diskussion gewonnen – Auftrag verloren!“ **Richtig ist:** Verständnis zeigen, die Kundenmeinung respektieren (nicht als richtig bestätigen!), Fragen stellen und nach Gemeinsamkeiten suchen.

Dieser **1. Schritt** liegt jeder „Einwandbehandlungstechnik“ zu Grunde:

- ☺ „Ich kann verstehen, dass Sie das so sehen...“
- ☺ „das geht Vielen so...“
- ☺ „das ist eine berechnete

Frage...“

Die „Ja, aber...“ – Methode halte ich für nicht sehr gut. Wenn unbedingt nötig, ersetzen Sie bitte das Wort „aber“ durch: „und gleichzeitig...“

Beispiel: „Das Produkt ist mir zu teuer!“

☹ **Falsch:** „Ja, aber es leistet viel mehr als andere!“

☺ **Richtig:** „Ja und betrachten wir gleichzeitig noch die Leistung, ergibt sich...“

Der **2. Schritt** ist ein kleines Lob für den Kunden (Jeder Mensch wird gerne gelobt!):

- ☺ „Gut, dass Sie das Thema ansprechen...“
- ☺ „Sie kommen da auf einen sehr wichtigen Punkt...“
- ☺ „Ich sehe, Sie haben sich schon sehr intensiv mit diesem Thema auseinandergesetzt...“

Der **3. Schritt** ist (optimaler Weise) eine Frage:

- ☺ „Welche Themen spielen neben dem Preis für Sie noch eine Rolle?“
- ☺ „Mit was vergleichen Sie uns?“
- ☺ „Welche Lösung sehen Sie?“ usw.

**Probieren wir es aus:**

„Das Produkt ist mir zu teuer!“

- 1. Schritt:** „Ich kann verstehen, dass Sie das so sehen.“
- 2. Schritt:** „Gut dass Sie das Thema so offen ansprechen.“
- 3. Schritt:** „Mit wem vergleichen Sie uns?“

Diese Methode nennt sich **die „Puffermethode“**, da das Verständnis und das Lob wie ein „Puffer“ wirken.

Eine andere Methode sind **die „3 – F’s“:**

- 1. Schritt:** „Ich verstehe, dass Sie so fühlen“ (Verständnis und erstes „F“)
- 2. Schritt:** „Ich (oder andere In-

teressenten) **f**ühlten genauso“ (Lob und zweites „F“)

**3. Schritt:** „Doch dann **f**and ich/ die anderen Interessenten heraus...“ (drittes „F“)

**Sehr wirksam (für sichere Verkäufer** und bei häufig vorkommenden Einwänden) ist die Einwandvorgehensweise: **„Jetzt werden Sie sich sicherlich zu Recht fragen (Verständnis), ob das nicht zu teuer ist, da kann ich Sie aber beruhigen...“**

Es bietet sich auch an solche „negativen Themen“ bereits im Verkaufsgespräch vorwegzunehmen:

„Natürlich gibt es auch Billiganbieter. Das sind wir nicht. Gerade weil wir immer das Interesse unseres Kunden im Auge haben!“

Für **absolute Vollprofis** eine Möglichkeit ist **die „Umdeutung“:** Mit etwas Geschick kann man aus jeder Aussage etwas „Positives“ machen.

Beispiele gefällig:

**„Keine Zeit!“**

**Umdeutung:** „Also wenn ich Sie richtig verstehe, interessiert Sie das Thema grundsätzlich, wir müssen nur noch den richtigen Zeitpunkt finden!“

**„Zu teuer“**

**Umdeutung:** „Also, wenn ich Sie richtig verstehe, gefällt Ihnen das Produkt, wir müssen nur noch einen finanzierbaren Weg finden!“

Nicht die Dinge sind es, die uns häufig Probleme bereiten, sondern unsere Sichtweise!



Kai Heß  
Geschäftsführer  
ZTN Training & Consulting