

Problemlösung

In diesem Abschnitt des Verkaufsgesprächs steht ein übergeordnetes Ziel im Vordergrund: den Kunden von unserem Produkt zu überzeugen. Während in anderen Phasen verschiedene Überzeugungstechniken zum Einsatz kommen, liegt hier der Fokus darauf, ob das Produkt den Kunden anspricht und ob er sich dafür entscheiden möchte.

Diese Phase ist entscheidend, da sie darüber entscheidet, ob der Deal zustande kommt oder nicht. Um sicherzustellen, dass die Überzeugung nicht erst in der Einwandbehandlung beginnt, sollte der Großteil bereits in diesem Abschnitt erfolgen.

Es ist wichtig zu betonen, dass Menschen vor allem an den letzten Eindruck denken. Im Verkaufsgespräch vor dem eigentlichen Angebot ist dies die Produktvorstellung. Hier steht der Erfolg oder Misserfolg des Deals. Kunden werden nicht kaufen, wenn sie nicht sicher sind, und diese Sicherheit muss gewährleistet sein. Menschen vertrauen am meisten dem, was sie sehen. Ein Beispiel verdeutlicht dies: Ein Häftling behauptet unschuldig zu sein, und obwohl er überzeugend spricht, bleibt eine gewisse Unsicherheit bestehen. Zeigt er jedoch Videomaterial und erklärt die Situation, verschwindet die Unsicherheit, und das Vertrauen steigt.

Als Verkäufer ist es daher wichtig, nicht nur zu reden, sondern dem Kunden idealerweise auch zu zeigen, worüber gesprochen wird. Während der Produktpräsentation sollte der Fokus darauf liegen, dem Kunden konkret zu zeigen, was besprochen wird. Dies kann durch eine Führung durch die Webseite oder vorbereitete PDFs geschehen, vorzugsweise mit Grafiken anstelle von viel Text. Der visuelle Aspekt ermöglicht es dem Kunden, besser zu folgen und schafft Professionalität und Vertrauen.

Die Methode, die Augen des Kunden während der gesamten Produktpräsentation mitzunehmen, ist äußerst effektiv. Der Kunde sollte auf der Sicherheitsskala eine 10 erreichen, und dies wird am besten erreicht, indem man visuelle Elemente in die Präsentation integriert. Das schafft nicht nur Klarheit, sondern stärkt auch das Vertrauen des Kunden.

Insgesamt ist dieser Abschnitt das Herz des Verkaufsgesprächs, da hier die Sicherheit des Kunden entweder stark steigt oder sinkt. Wenn der Kunde nicht denkt: "Das ist genau das, was ich wollte" oder "Das ist sogar besser als ich es mir vorgestellt habe", besteht eine hohe Wahrscheinlichkeit, dass kein Verkauf zustande kommt. Daher ist die Anwendung dieser Methode entscheidend, um das Schließen des Deals erheblich zu erleichtern.