

Workbook



Gehirngerechte Einwandbehandlung

©Akquise-Spezialisten



Bestimmt hast Du das auch schon erlebt: Du machst ein tolles Angebot und Dein Gegenüber sagt: "kein Interesse".

Ein sehr unangenehmes Gefühl, oder?

Für viele sind es genau diese Einwände, die sie von der Akquise abhalten.

Wie man mit negativem Feedback umgeht, das ist für viele ein Hemmschuh auf dem Weg zum Erfolg.

Doch ich kann Dich beruhigen: Einwände sind ganz normal.

Und es kann viele Gründe geben, warum der Kunde/die Kundin ablehnend reagiert, das hat mir Dir und Deinem Angebot in den meisten Fällen gar nichts zu tun:

Er ist gerade gestresst/hat keine Zeit.

Sie hat Dich falsch verstanden.

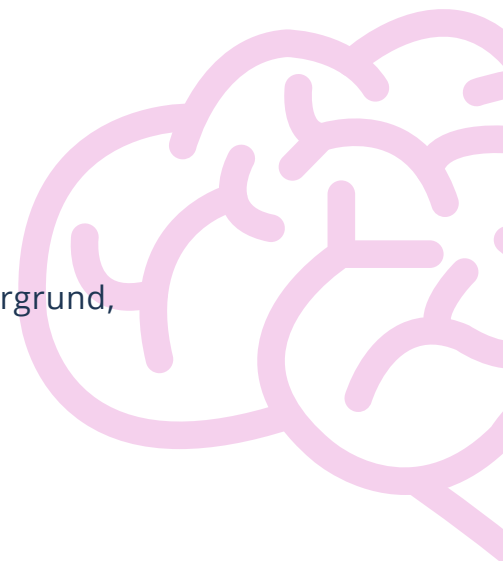
Er hat die Vorteile noch nicht entdeckt.

Sie braucht noch mehr Informationen.

Es ist gerade bequemer nein zu sagen.

Sie hat fachliche Gründe, die dagegen sprechen.

Ein Teil der Gründe hat tatsächlich einen fachlichen Hintergrund, aber ein Großteil liegt auf der Beziehungsebene!



WIE GEHE ICH DAMIT UM?

Das wichtigste zuerst:

Dein Ziel beim Umgang mit einem Einwand ist es, im Gespräch zu bleiben bzw. ins Gespräch zu kommen!

Der erste Impuls ist aber häufig, dem Kunden zu widersprechen, ihn vom Gegenteil seiner Meinung zu überzeugen oder ihm klar zu machen, dass er ja noch gar nicht weiß, worum es tatsächlich geht. Denn häufig kommen die Einwände schon an einer Stelle, an der wir noch nicht viele Fakten auf den Tisch gelegt haben.

Aber: Mit Widerspruch oder Gegenargumenten schicken wir den Kunden direkt in den Widerstand, er reagiert mit einem Gegenangriff oder flüchtet aus der Situation indem er/sie einfach auflegt.

Was also tun, um im Gespräch zu bleiben oder ins Gespräch zu kommen?

STRUKTUR DER EINWANDBEHANDLUNG

Es sind drei Schritte, die hier wichtig sind:

1. Verständnis zeigen / Loben
2. Einwand aufnehmen + passende Argumente liefern
3. Mit einer Anschlussfrage wieder ins Gespräch führen.



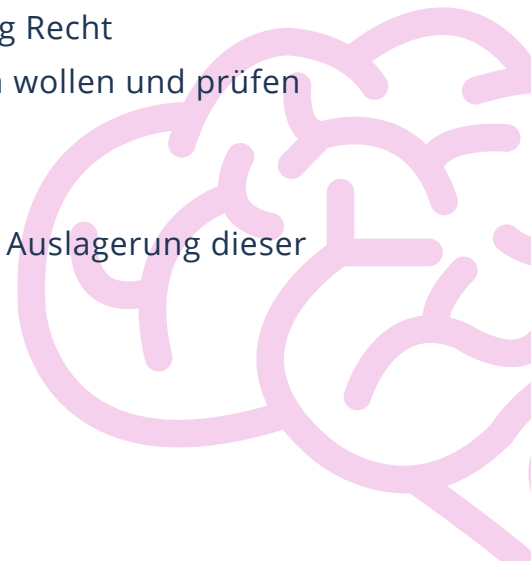
SCHRITT 1: DEN KUNDEN LOBEN

Um ein positives Gesprächsklima aufzubauen anstatt auf Konfrontationskurs zu gehen, lobst Du das Gegenüber im ersten Schritt. Du erkennst seinen Standpunkt an. D.h. nicht, dass Du seiner Meinung sein musst. Aber Du zeigst damit Respekt vor ihm/ihr.

Dadurch bleibt Dein Gegenüber offen und Ihr bleibt im Gespräch.

Beispiele für dem lobenden Einstieg bei Einwänden

- Kein Interesse:
 - Danke, dass Sie das gleich ansprechen...
 - ich finde es gut, dass Sie gleich mit offenen Karten spielen...
- Für sowas hab ich keine Zeit:
 - Dass Sie als Geschäftsinhaberin viele Termine haben, das hab ich auch so erwartet...
 - Dass Sie mit Geschäft und Familie natürlich eng getaktet sind, das ist doch klar...
- Schicken Sie mir erstmal etwas zu
 - Find ich gut, dass sie sich erstmal informieren möchten...
- Damit hab ich schlechte Erfahrungen gemacht...
 - Dass Sie dann erstmal kritisch sind, da haben Sie völlig Recht und dass sie sich das Angebot erstmal genau ansehen wollen und prüfen wollen, das ist genau richtig, das verstehe ich...
- Da haben wir schon einen Partner...
 - Super, dann kennen Sie ja schon die Vorteile für eine Auslagerung dieser Arbeiten und sind im Thema drin,



SCHRITT 2: ARGUMENTATION

Im Anschluss an das Lob bringst Du dann die passenden Argumente aus Deiner Argumentenliste an.

Wichtig ist dabei, dass die Argumente direkt mit dem Kundennutzen verknüpft werden. Ohne Nutzenformulierung kann der Kunde nicht erkennen, warum er jetzt doch im Gespräch bleiben soll.

Klassische Nutzen im B2B-Umfeld sind:

- Dein Kunde spart Zeit oder Geld
- Dein Kunde macht einen größeren Gewinn
- Dein Kunde erhöht sein Image
- Dein Kunde erhöht seine Produktivität
- Dein Kunde gewinnt an Gesundheit/Lebensfreude
- Dein Kunde tut etwas für die Umwelt

In der Erstsprache sind es meistens die ersten beiden o.g. Nutzen, die das Interesse wecken.

Für die Argumentation bekommst Du drei Vorgehensweisen von uns. Es gibt natürlich noch einige mehr, aber mit diesen Dreien kommst Du in den allermeisten Fällen sehr gut vorwärts im Gespräch:

1. Hypothetische Frage
2. Sandwichmethode
3. Referenzmethode



VORGEHENSWEISE 1 - ARGUMENTATION

Die Hypothetische Frage

Diese Technik zielt darauf ab, ein **mögliches** Szenario im Kopf des Gegenübers entstehen zu lassen. Der Einstieg ist so formuliert, dass Dein Gegenüber ganz entspannt bleiben kann. Denn: es handelt sich um eine Überlegung, die dort formuliert wird und nicht um eine reale Sache. Also: ungefährlich für Dein Gegenüber :-)

Variante a):

- Lob + Einmal angenommen, Sie sehen in einem persönlichen Gespräch, dass Sie xyz (Nutzen 1) und (Nutzen 2) ...

=> es werden hier zwei hohe Nutzenargumente für das Gegenüber angesprochen!

Beispiel: da hab ich kein Interesse

Ich find es gut, dass Sie es Sie das gleich ansprechen.

Nur mal angenommen, Sie sehen in einem persönlichen Gespräch, dass Sie Nutzen 1 und Sie darüber hinaus auch noch Nutzen 2 bekommen...

Variante b):

- Lob + Mal abgesehen davon, dass Sie..., macht es doch Sinn, sich dazu mal näher zu informieren, denn Nutzen 1 und Nutzen 2...

=> der Einwand wird zur Seite geschoben

Beispiel: hab aktuell keine Zeit, rufen Sie mich in 6 Monaten wieder an.

Ich find es gut, dass Sie es Sie das gleich ansprechen.

Mal abgesehen davon, dass Sie jetzt keine Zeit haben, macht es doch Sinn sich das ganze einmal anzusehen, denn Sie haben Nutzen 1 und: Nutzen 2...

VORGEHENSWEISE 2 - ARGUMENTATION

Die Sandwich Technik

Bei der Sandwich Technik verpackst Du zwei starke Argumente/Kundennutzen zwischen zwei Fragen:

- Lob - Frage 1 - Nutzen 1 + Nutzen 2 - offene Frage 2

Wichtig: bei der ersten Frage handelt es sich um eine rein rhetorische Frage. D.h. Du willst hier keine Antwort haben, sondern damit nur die Aufmerksamkeit des Kunden gewinnen. Du sprichst also gleich weiter.

Beispiel: brauche ich nicht

Ich find es gut, dass Sie es direkt ansprechen.

Was halten Sie davon? (Frage 1, rein rhetorisch,)

Wenn Sie sehen, dass Sie *Nutzen 1* und dazu *Nutzen 2*, wie klingt das dann für Sie? (offene Frage 2)



VORGEHENSWEISE 3 - ARGUMENTATION

Die Referenz Technik

Bei der Referenz Technik verwendest Du ein eigenes Erlebnis oder das eines Referenz-Kunden (Menschen lieben Stories!)

- Lob - ja, das hab ich auch erst gedacht/das haben einige meiner besten Kunden auch erst gedacht. Dann ist folgendes passiert ... / Bis sie es einfach mal ausprobiert haben und gemerkt haben, dass...

Wichtig: Du brauchst eine passende Story dazu, die Du Dir im Vorfeld genau aufschreiben solltest, damit Du kurz und knapp die Story auf den Punkt bringen kannst.

Diese Einwandbehandlung funktioniert dann sehr gut, wenn Du Zeit für das Gespräch hast. Also entweder, wenn Du direkt beim Kunden vor Ort bist oder wenn in einem Telefonat Dein Gegenüber entspannt ist. Ist Dein Gesprächspartner im Stress, greife lieber auf eine der anderen Techniken zurück.

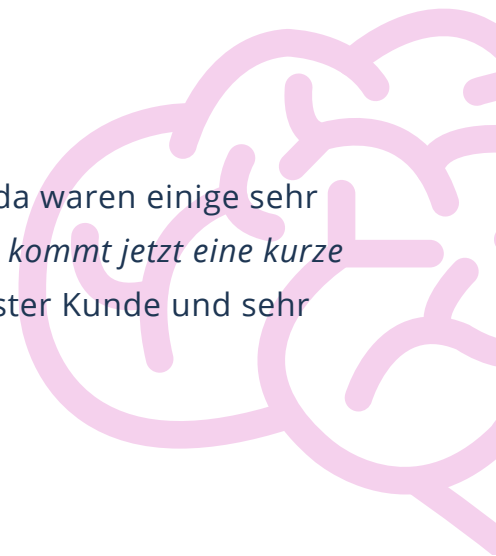
Wenn Du eine Kundenstory als Referenz erzählst, solltest Du im Vorfeld mit Deinem Kunden abstimmen, ob Du diese Referenz mit vollem Firmennamen verwenden darfst. Wenn Du keinen nennen darfst, dann kannst Du die Story auch ohne Namensnennung erzählen, mit Namen ist sie jedoch stärker.

Beispiel:

Kunde: Ich halte nichts davon

Ich find es gut, dass Sie es direkt ansprechen.

Das ging vielen meiner besten Kunden am Anfang auch so, da waren einige sehr skeptisch. Aber dann haben Sie *das Thema* ausprobiert. *Hier kommt jetzt eine kurze Erfolgsstory*. Das hat echt überzeugt und er ist jetzt mein bester Kunde und sehr begeistert.



SCHRITT 3: DIE ANSCHLUSSFRAGE

Nach dem Lob und der Argumentationstechnik kommt der dritte sehr wichtige Teil einer Einwandbehandlung: eine Frage

Was können Fragen an dieser Stelle bewirken?

- Sie bringen den Kunden ins Nachdenken über das, was Du gesagt hast
- Sie bringen damit das Gespräch in die Richtung, in Du gerne möchtest
- Du behältst die Zügel in der Hand
- Die Frage leitet weg von dem Einwand zu einem anderen Thema

Welche Fragen bieten sich an?

1. Die Meinungsfrage

- Was halten Sie davon?
- Wie finden Sie das?
- Wie interessant ist das für Sie?

2. Die Bedarfsfrage (wie am Anfang des Gespräches)

- Wenn Sie darüber nachdenken, *Thema mit Nutzen nennen*, was ist Ihnen dabei wichtig, worauf kommt es Ihnen an?

3. Die Abschlussfrage

- Ich sehe, dass Sie da noch viele Fragen haben, darum mein Vorschlag: wir setzen uns zusammen und besprechen, welche Möglichkeiten Sie genau haben, um *Thema mit Nutzen nennen*. Wie sieht das denn nächste Woche bei Ihnen aus?



Viel Spaß beim Ausprobieren!

**Bleib mutig und vor allem:
Bleib dran!**

