

# Ehrlich verkauft am längsten

Oliver Schumacher kennt sich aus mit Verkaufsstrategien.



Foto: Oliver Schumacher

I Wie Top-Verkäufer Kundenbindung betreiben, erläuterte Verkaufstrainer und Vertriebsexperte Oliver Schumacher Anfang Mai in Wittmund. Die IHK und der Wirtschaftsförderkreis Harlingerland hatten ihn in die Stadthalle eingeladen, um Händler, Dienstleister und Vertriebler mit praxisorientierten Hinweisen zu begeistern.

**WOP:** Herr Schumacher, auf den Erfolg des Online-Handels reagieren viele Händler mit Rabattaktionen. Ist das der richtige Weg?

**Schumacher:** Hin und wieder mal ein guter Rabatt ist sinnvoll. Aber wer als Händler nur noch seine Existenzberechtigung im billigen Preis sucht, begeht einen Fehler. Denn irgendwann kommt immer einer um die Ecke, der es wieder ein wenig günstiger anbietet.

Natürlich gibt es immer Kunden, die nicht genügend Geld haben oder nicht bereit sind, für eine gewisse Sache gutes Geld zu bezahlen – aber müssen diese Personenkreise gerade die vornehmliche Zielgruppe von Händlern sein? Händler müssen sich regelmäßig darüber Gedanken machen, wie sie Kunden in ihr Geschäft locken, die bereit sind, für eine gute Sache auch gutes Geld zu bezahlen.

**WOP:** Viele Kunden kommen ins Geschäft, lassen sich beraten und kaufen dann doch im Internet. Gibt es eine Strategie, wie Verkäufer Beratungsklau vorbeugen können?

**Schumacher:** Hier ist Angriff die beste Verteidigung. Wenn Verkäufer spüren, dass der Kunde voraussichtlich im Internet kaufen wird, dann sollten sie das offen ansprechen. Beendet beispielsweise ein Kunde das Beratungsgespräch mit „Ich möchte mir das noch mal überlegen“ und der Verkäufer ahnt, dass der Kunde nun wohl woanders kaufen wird, dann sollte dieser es ansprechen. Beispielsweise mit „Glauben Sie, dass Sie das woanders günstiger kriegen?“ Erwidert der Kunde nun, dass er im Internet kaufen möchte, kann man nun mit ihm darüber reden. Beispielsweise mit ihm gemeinsam ins Smartphone schauen,

wie denn tatsächlich der Preis dort ist, erklären, warum er dennoch Vorteile hat, wenn er ein paar Euro mehr ausgibt oder vielleicht sogar einen Kompromiss mit ihm schließen: „Sehen Sie, die Differenz ist 80 Euro. Wenn wir uns die Differenz teilen, dann haben Sie jetzt die Ware und immer vor Ort einen Ansprechpartner. Was halten Sie davon, wenn Sie dann jetzt das haben, was Sie wirklich wollen?“

**WOP:** Zufriedene Stammkunden bilden die Basis für jedes Geschäft. Wie finde ich heraus, was mein Kunde wirklich will und braucht?

**Schumacher:** Jeder Verkäufer kennt den Spruch „Wer fragt, der führt“. Leider zeigt die Praxis, dass viele Verkäufer viel zu wenige Fragen stellen, um wirklich zu verstehen, was der Kunde braucht und will. Aufgrund von zu wenigen Informationen bieten dann auch viele Verkäufer zu viele Alternativen an – und verwirren den Kunden unnötig. Wichtig ist allerdings, dass der Kunde auch genügend Zeit geschenkt bekommt. Denn wenn ein Kunde schon nicht den günstigsten Preis bekommt, dann will er wenigstens Aufmerksamkeit, Engagement und das Gefühl, richtig verstanden zu werden. Bedauerlicherweise beschäftigen aber viele Händler zu wenig Personal, so dass manche Verkäufer zwischen Kasse, Lager und Beratung hin und her springen müssen. Professionell gegenüber Kunden ist das nicht. Und so manch ein Kunde wird sich dann auch fragen, warum er dann nicht gleich im Internet kaufen soll, wenn er eh das Gefühl hat, im Geschäft eher ein lästiges Übel zu sein.

**WOP:** Verkaufen hat in unserer Gesellschaft einen geringen Stellenwert. Wie macht auch jungen Leuten Verkaufen Spaß? Welche Tipps haben Sie für den Nachwuchs?

**Schumacher:** Insbesondere junge Menschen brauchen zu Beginn ihrer beruflichen Karriere schnell Erfolge. Ich weiß noch, wie ich damals bei einem Markenartikler im Verkauf angefangen bin und

die ersten 2 Wochen ausschließlich Neukunden akquirieren sollte. Das ging natürlich schief, weil ich selbst gar nicht wirklich wusste, warum ich mit meinem Angebot eine Bereicherung für die Welt bin. Hätte man mich damals 2 Wochen zu guten Stammkunden geschickt, hätte ich gleich zu Beginn die Einstellung „Verkaufen ist gut – verkaufen ist leicht“ erlernt.

Jungen Verkäufern muss somit gezeigt werden, wie sie leicht und auf Augenhöhe verkaufen. Das schlimmste, was jungen Menschen passieren kann, ist, dass „alte Hasen“ kommen und denen erst einmal ihre Welt erklären: verkaufen ist schwer, es ist ein undankbarer Job und fall nicht unnötig durch Leistung auf.

**WOP:** Der stationäre Handel kämpft mit Frequenzrückgängen und Nachfolgeproblemen. Glauben sie, dass wir in 20 Jahren immer noch in den Innenstädten einkaufen werden?

**Schumacher:** Ja. Es wird extrem viele Ketten geben, die auch schon jetzt so manch ein Stadtbild zerstören. In diesen Ketten werden viele Menschen arbeiten, die in ihrem Beruf keine Berufung, sondern einen Job sehen – und durch ihre Verhaltensweisen noch mehr Menschen ins Internet treiben (eigentlich ist das ja schon jetzt oft so). Daran haben aber nicht nur die Verkäufer selbst schuld, sondern auch ihre Führungskräfte bzw. die Geschäftsleitung, die immer mehr auf Rentabilität aus sind.

Mitarbeiter in Fachgeschäfte, denen es gelingt, ihren Kunden auf Augenhöhe zu begegnen, Spaß am Tun haben und den Kunden das Gefühl geben, willkommen zu sein, wird es dann immer noch geben. Nur einige weniger, da so manch ein Selbstständiger keine Lust hat immer gegen „billig“ und „Internet“ anzukämpfen. Denn Qualitätsführer zu sein, ist sehr anspruchsvoll und kostet Zeit und Nerven. |

Oliver Schumacher ist Verkaufstrainer, Redner und fünffacher Buchautor.  
www.oliver-schumacher.de