

Oliver Schumacher



EINWAND- BEHANDLUNG

Dein Trainingsleitfaden

A portrait of a middle-aged man with short, graying hair and glasses, smiling slightly. He is wearing a dark suit jacket over a light blue button-down shirt. The background is a textured, light-colored wall. A semi-transparent dark blue overlay covers the lower two-thirds of the image, containing white text.

LIEBE LESERIN, LIEBER LESER,

schön, dass du dir mein kostenloses E-Book gesichert hast.
Ich lade dich herzlich ein, die folgenden Seiten Schritt für Schritt zu durchlaufen, um deine Fähigkeiten im Umgang mit Einwänden zu stärken und deine Verkaufskompetenz zu steigern.

Zusätzlich möchte ich dich dazu ermutigen, mein begleitendes YouTube-Video anzusehen, um deine Fortschritte noch effektiver voranzutreiben.

Falls du Fragen zur praktischen Umsetzung hast, zögere nicht, diese in den Kommentaren zu stellen. Und solltest du einmal persönliche Unterstützung für dich oder dein Team im Verkaufsprozess benötigen, stehe ich dir gerne zur Verfügung.

Ich helfe Außen- und Innendienstmitarbeitern als auch -Teams durch individuelle Coachings und Vorträge, ihre Erfolge im Verkauf mit ehrlicher, wertschätzender und verbindlicher Kommunikation zu steigern.

Ich wünsche dir viel Erfolg beim Durchführen dieses Workbooks.

Herzliche Grüße,
Oliver

INHALTSVERZEICHNIS

1. Warum Kunden Einwände äußern.....	4
2. Erkenne deine Vorteile	6
3. Bedarfsanalyse deines Kunden.....	11
4. Nicht Verkaufen - sondern Beraten	17
5. Kunden lügen unbewusst.....	20
6. Einwandbehandlungstechnik: „ Positive Interpretation “	26
7. Einwandbehandlungstechnik: „ Einwandvorwegnahme “	29
8. Einwandbehandlungstechnik: „ Nachfragen “	32
9. Formulierungsideen auf gängige Einwände.....	34

Folge den neun Schritten in dieser Reihenfolge,
um deinen Lernerfolg zu maximieren.



1. WARUM KUNDEN EINWÄNDE ÄUßERN

Warum äußern Kunden Einwände im Verkaufsgespräch?

-> Deine Erkenntnisse aus dem Video

Was willst du zukünftig aufgrund dieser Erkenntnisse ändern?

2. ERKENNE DEINE VORTEILE

Versetze dich in die Position deines Kunden und frage dich

„Wenn ich mein Kunde wäre, ...

- 1 ...welchen Schmerz hätte ich nicht mehr,
wenn ich mein Angebot wahrnehmen würde?“
- 2 ...welche Ängste wären beseitigt?“
- 3 ...unter welchen Bedingungen würde ich mein Angebot wahrnehmen?“
- 4 ...inwiefern hätte sich mein Leben positiv verändert,
nachdem ich mein Angebot angenommen hätte?“
- 5 ...warum sollte ich mein Angebot dem der Konkurrenz bevorzugen?“

Nutze die nächste Seite um diese fünf Fragen für dich zu beantworten.

SCHREIBE HIER DEINE ERKENNTNISSE

2. ERKENNE DEINE VORTEILE

Suche auch gerne bei deinen Freunden und Kollegen nach Antworten auf diese Fragen. Gegebenenfalls auch bei deinem Chef, oder der Marketing-Abteilung. Denn gerade die werden sich Gedanken gemacht haben bei der Erstellung des Produkts und/oder des Werbematerials.

Vielleicht bist du der erste Vertriebler, der eine solche Rückfrage stellt - aber keine Panik. Damit zeigst du **Engagement**, wie wahrscheinlich niemand zuvor. Und dass du dir **ernsthafte Gedanken** machst, wie du euer Angebot **möglichst gut verkaufen** kannst.

Mache dir auf dieser und der folgenden Seite dazu ein paar Notizen:

3. BEDARFSANALYSE DEINES KUNDEN

Um noch effektiver auf die Bedürfnisse und Wünsche einzugehen, ist es wichtig, eine gründliche Bedarfsanalyse durchzuführen.

Dadurch kannst du nicht nur besser verstehen, was den Kunden motiviert, sondern auch gezielter darauf eingehen, um passende Lösungen zu präsentieren.

Diese sinngemäßen Fragen helfen dir in der Bedarfsanalyse weiter:

- a) "Welche Ziele möchten Sie mit unserer Lösung erreichen?"
- b) "Welche Hindernisse haben Sie bisher daran gehindert, Ihre Ziele zu erreichen?"
- c) "Wie würde sich eine erfolgreiche Implementierung unserer Lösung für Sie persönlich / Ihr Unternehmen auswirken?"
- d) "Welche spezifischen Funktionen oder Merkmale sind Ihnen besonders wichtig?"

3. BEDARFSANALYSE DEINES KUNDEN

Durch diese Fragen erhältst du noch tiefergehende Einblicke in die Bedürfnisse deiner Kunden.

Zusätzliche Informationen, die du benötigst, um nicht nur ein überzeugendes Angebot zu erstellen, sondern auch **erfolgreich zu verkaufen**, lauten:

- Budgetgrenzen oder finanzielle Einschränkungen
- Entscheidungsprozess und beteiligte Personen
- Zeitrahmen für die Umsetzung des Projekts
- Konkrete Erwartungen an den Kundenservice und die Unterstützung nach dem Kauf

Indem du diese Aspekte berücksichtigst, stellst du sicher, dass dein Angebot nicht nur seinen Bedürfnissen entspricht, sondern auch seine Erwartungen übertrifft und zu einem erfolgreichen Verkaufsabschluss führt.

SCHREIBE HIER DEINE ERKENNTNISSE

4. NICHT VERKAUFEN – SONDERN BERATEN

Wie kannst du "entspanntere" Verkaufsgespräche führen?

Im Idealfall sollen deine Kunden spüren, dass deine Worte und Handlungen nicht primär darauf abzielen zu verkaufen, sondern vielmehr darauf, deinem Kunden durch deine Unterstützung zu einem besseren Zustand zu verhelfen.

Hierbei spielt **Ehrlichkeit** eine entscheidende Rolle!

Darüber hinaus kannst du bei vielen Kunden Pluspunkte sammeln, indem du dein Wissen proaktiv einbringst!

Am besten gelingt dir dies, indem du deine Sichtweise von **Verkäufer zu Berater** veränderst und ernsthaft im besten Interesse des Kunden argumentierst.

Damit nimmst du jeden Druck aus dem Gespräch.
Dein Kunde wird es bemerken. Verlass dich drauf.

Was möchtest du verändern?

Nimm dir öfter die Zeit, deine Verkaufsgespräche zu reflektieren und frage dich im Anschluss: "Was kann ich daraus lernen?"

SCHREIBE HIER DEINE ERKENNTNISSE

5. KUNDEN LÜGEN UNBEWUSST

Im Video erkläre ich, was Einwände und Vorwände sind.

Bitte notiere für dich hier:

Was sind Einwände?

Was sind Vorwände?

Um herauszufinden, ob dein Gesprächspartner einen Einwand äußert, kannst du die Aussagen hinterfragen. Zum Beispiel mit:

- a) "Gibt es außer der Menge noch andere Gründe, die Sie vom Kauf abhalten?"
- b) "Angenommen, wir könnten eine Lösung beim Preis finden, würdest du dann kaufen?"
- c) "Okay, der Preis. Gibt es sonst noch etwas, das zwischen uns steht?"

SCHREIBE HIER DEINE ERKENNTNISSE

SCHREIBE HIER DEINE ERKENNTNISSE

5. KUNDEN LÜGEN UNBEWUSST

Wenn du spürst, dass du nicht wirklich vorankommst, kannst du Einwände anbieten, um eine Brücke für einen offenen Dialog zu schlagen:

- "Ist es vielleicht der Endbetrag auf der Rechnung, der dich zögern lässt?"
- "Ich habe das Gefühl, da ist noch etwas. Haben Sie vielleicht Bedenken, dass es nachher nicht so funktioniert, wie wir es besprochen haben?"
- "Manche meiner Kunden fragen sich, ob es wirklich so reibungslos funktioniert, wie in der Animation gezeigt. Könnte das sein, was dich noch zögern lässt?"

Aufgaben:

- 1) Mit welchen Formulierungen möchtest du zukünftig die Aussagen respektvoll hinterfragen?
- 2) Was sind typische Gründe, die Kunden ungern aussprechen, die sie jedoch vom Kauf abhalten?
- 3) Wie möchtest du Brücken zu deinen Kunden bauen - und diese Punkte von dir aus offen ansprechen?

SCHREIBE HIER DEINE ERKENNTNISSE

6. TECHNIK: „POSITIVE INTERPRETATION“

Schreibe in die linke Spalte typische Einwände, die du öfters hörst.

In die rechte schreibst du deine positive Interpretation.

Beispiel:

„Das ist zu teuer!“

*„Bitte gib mir die Sicherheit,
dass das seinen Preis wert ist.“*

*„Ich habe schon einen
Lieferanten.“*

*„Ihr Mitbewerber
ist günstiger.“*

*„Das hat bei uns
keine Priorität.“*

7. TECHNIK: „EINWANDVORWEGNAHME“

Welche Einwände treten sehr häufig auf?

Bei welchen Einwänden ist es sehr sinnvoll, wenn du diese zukünftig von dir aus ansprichst, statt zu warten, bis dein Kunde dir diese stellt?

- „Ich weiß, was Sie gerade denken ...“
- „Bevor Sie jetzt sagen, dass ...“
- „Viele Kunden fragen sich an Ihrer Stelle ...“

SCHREIBE HIER DEINE ERKENNTNISSE

SCHREIBE HIER DEINE ERKENNTNISSE

8. TECHNIK: „NACHFRAGEN“

Welche typischen Einwände willst du zukünftig näher hinterfragen?

Formulierungen hierfür lauten:

- „Was meinen Sie damit genau?“
- „Wie kommen Sie darauf?“
- „Abgesehen davon – sind wir denn grundsätzlich auf Kurs?“

SCHREIBE HIER DEINE ERKENNTNISSE

9. FORMULIERUNGEN FÜR GÄNGIGE EINWÄNDE

Im Folgenden habe ich dir ein paar typische Einwände formuliert, die du sicher auch schon oft gehört hast, als auch meine favorisierten Antworten darauf.

Einwand: „Ich habe keine Zeit“

Antwort: „Okay, wann reden wir wieder? Morgen früh um 8 Uhr?“

Einwand: „Ihr Mitbewerber ist billiger“

Antwort: „Danke, dass Sie das so offen sagen. Das ist auch richtig so, denn Sie bekommen bei uns ja auch A und B. Und das hat unser Kollege nicht.“

Einwand: „Wir haben schon einen Lieferanten“

Antwort: „Okay, dann lassen Sie es mich kurz in drei Sätzen umreißen, was wir anders machen. Und dann entscheiden Sie, ob wir weiterreden, oder ob Sie mich aus der Leitung schmeißen. Einverstanden?“

9. FORMULIERUNGEN FÜR GÄNGIGE EINWÄNDE

Einwand: „Mein Chef will das nicht“

Antwort: „Hm. Und wie stehen Sie persönlich zu dieser Lösung, die ich Ihnen angeboten habe?“

Einwand: „Schicken Sie mir Unterlagen“

Antwort: „Gerne. Wo wir jetzt gerade miteinander sprechen:
Wann wollen wir denn dann wieder reden?
Lassen Sie uns gerne einen Termin machen.“

Einwand: „Ich muss mir das Ganze noch mal überlegen.“
(nachdem schon mehrere Gespräche stattgefunden haben.)

Antwort: „Herr Kunde, ich habe das Gefühl, ich habe Sie gar nicht überzeugt, oder?“

SCHREIBE HIER DEINE ERKENNTNISSE

ZU GUTER LETZT

Möchtest du noch mehr gratis Verkaufstipps, dann:

- Abonniere meinen **YouTube-Kanal** für regelmäßige Updates.

<https://www.youtube.com/@oliverschumacherverkauf>

- Vernetze dich gerne mit mir auf **LinkedIn**, um weitere Tipps und Insights zu erhalten.

<https://www.linkedin.com/in/oliver-schumacher-verkaufstrainer-verkaufstraining/>

- Besuche mein **kostenloses Online-Vertriebsfrühstück**, um live dabei zu sein und von praxisnahen Ratschlägen zu profitieren.

<https://oliver-schumacher.de/termine/>

- Lies in meinem **Blog** inspirierende Verkaufstipps nach, um deine Fähigkeiten weiter zu verbessern.

<https://oliver-schumacher.de/vertriebsblog-fuer-b2b/>

- **Kontaktiere mich** einfach, damit ich zu euch ins Unternehmen komme oder dich und dein Team anderweitig unterstütze.

0591 – 610 44 16 / info@oliver-schumacher.de

Dein Oliver

IMPRESSUM

Oliver Schumacher

Katharinenstraße 3

49809 Lingen/Ems

<https://oliver-schumacher.de/>

info@oliver-schumacher.de