

Thomas Fink

Die Geheimsprache der Verkäufer



Verlag FVM-Systems



Die Geheimsprache der Verkäufer

Alle Begriffe und Situationen werden aus „Sicht der Verkäufer“ geschildert – mit Humor natürlich. Es ist eine kleine Sammlung von Ideen aus den letzten 30 Jahren Praxis. Aber versprochen, weitere werden folgen.

Sammelbegriff Verkäufer: Gemeint sind selbstverständlich auch Verkäuferinnen, Vertriebsmitarbeiter/-innen, Vertreter/-innen usw.

Viel Spaß. Euer Thomas Fink

Diese Inhalte sind urheberrechtlich geschützt. Nachdruck und Vervielfältigung sind nur gestattet mit der schriftlichen Zustimmung des Verlages. Das betrifft auch Auszüge der Texte und die elektronische Bearbeitung.

© 2015

Verlag FVM-Systems
Postfach 1725
55411 Bingen/Rh.
www.fvm-verlag.de

ISBN-Nummer: 978-3-946314-12-7

Preis: 5,99 EURO



Inhaltsverzeichnis :

> Das eigene A B C der Verkäufer

Begriffe in alphabetischer Reihenfolge. Alles aus der Sicht der Verkäufer.

Diese Folge wird unterbrochen durch weitere ...

> Verkäufer – Weisheiten

> Kunde sagt – Verkäufer denkt

> Verkäufer sagt – Verkäufer denkt

> Grundsätze, die jeder Kunde kennen sollte ...

und vieles mehr



Die Geheimsprache der Verkäufer:

„Alle Inhalte aus unserer Sicht“

Das eigene A B C der Verkäufer

Abwehr gegen Kundeneinwände

Für uns so etwas wie eine moderne Nahkampftechnik. In der Regel haben wir noch jeden überzeugt, auch gegen seinen Willen.

Abwimmeltechnik

Fragen ohne wirkliche Kaufabsicht nerven einen. Daher ist es notwendig, eine Strategie zu entwickeln, um die eigenen Nerven zu schonen.

After-Sales-Service

Alles Supermoderne ist auch genauso nervig. Daher vertrauen wir auf unseren hartnäckigen Call-Center, die den Kunden regelmäßig auf den Geist gehen, uns das zu jeder Tages- und Nachtzeit.

Der Wahnsinn hat Methode

Wir reden so unheimlich viel, weil wir am Ende dann selbst glauben, was wir sagen.

Wenn ich mal etwas intelligentes hören will, rede ich mit mir selbst.



Aktives Zuhören

Von uns wird manchmal wirklich zu viel erwartet. „Aktiv“ ist schon schwer genug, „zuhören“ können wir nur uns selbst.

Ambiente

Wir brauchen kein Ambiente, sonst hängen die Kunden nur im Laden herum. Es ist besser, wenn sie kaufen und schnellstmöglich wieder gehen. Das Ambiente können sie sich für zu Hause aufheben.

Angebotsalternativen

Die Arbeit mit Angebotsalternativen gehört zu den effektiven Druckmitteln, die wir haben. Echte Alternativen sind es meistens nicht, nur rhetorische Hilfsmittel, um den Kunden weichzuklopfen.

Anrufbeantworter

Das ist unser wichtigster Kollege, der uns immer wieder Raum zum Verschlafen und für ausgedehnte Pausen verschafft. Letztendlich sind wir ja Verkäufer und keine Telefonseelsorge.

Verkäufer – Weisheiten

Plappern gehört zum Handwerk.

Fragen ist Silber, kaufen ist Gold.

Gegen Umsatzkrisen hilft eine lange Schlange an der Kasse.

Kunden sind ganz harmlos, solange man sie nicht bedient.



Ansprechpartner

Der „Ansprechpartner“ besetzt sozusagen unsere Strafposition. Gegen seinen Willen kann er von jedem Kunden sofort als Firmenmitarbeiter identifiziert werden.

Argumentationstechnik

Das ist ein eingepflanztes Manipulationsprogramm, das jeder gute Verkäufer besitzen muss.

Aufmerksamkeit

Der Kunde sollte mehr davon besitzen

Auskunfteinholer

Solche Personen kann kein Geschäft mehr dulden. Sie sind quasi ein rotes Tuch. Auskunft gibt es bei uns nur bei Kauf oder mit Kassenbeleg.

Bedarfsermittlung

So sensible Vorgehensweisen können wir uns nicht erlauben. Wir haben ganz andere Mittel, um unsere Umsatzziele zu erreichen.

Verkäufer – Weisheiten

Kundenverlust setzt immer voraus, dass man welche hat.

Wenn es keine Verkäufer gäbe, müsste man sie erfinden.

Den Umsatz musst du dir verdienen, den Kunden bekommst du umsonst.



Begeisterung

Nur Verkäufer besitzen die natürliche Grundlage für Begeisterung. Bei Kunden darf man so etwas nie voraussetzen.

Blickkontakt

Wichtig dabei ist die hypnotische Wirkung, um den Kunden schnellstmöglich zum Kauf zu bewegen.

Dankeschönaktion

Nur wenige Kunden kommen auf den Gedanken, sich beim Verkäufer zu bedanken. Reichhaltige Geschenke stimmen uns in der Regel gnädig.

Der erste Eindruck

Wir schauen uns alle Kunden genau an, welchen Eindruck sie hinterlassen.

Dienstleistung

Der Kunde soll gefälligst zuerst etwas leisten, bevor wir unseren Dienst tun.

Reime :

Kommt der Kunde rein zur Tür,
da kann ich doch nichts dafür.

Sind Argumente im Gebrauch,
steht der Kunde auf dem Schlauch.