



Artikel 02/2007

Sieben Fehler beim ersten persönlichen Kundengespräch

Sie haben es geschafft, nach langer Zeit hat der potentielle Kunde einen Termin mit dem Verkäufer vereinbart. Viele Telefonate des Vertriebsinnendienstes waren nötig, viel Informationen wurde dem Interessenten geschickt, insgesamt also einiges an Zeit und Geld investiert.

Nun ist es also soweit, der Termin ist gemacht, der potentielle Kunde nimmt sich Zeit für den Verkäufer oder Vertriebsmitarbeiter. Auf dem ruhen nun alle Hoffnungen, denn wenn er nicht gut „ankommt“, wird es nichts mit der Kundenbeziehung. Es zählt also der persönliche Faktor, fachlich hat der potentielle Kunde bereits Interesse, sonst wäre der Besuch nicht zustande gekommen. Gerade beim ersten Besuch ist es entscheidend, daß ein guter menschlicher Kontakt hergestellt werden kann. Leider werden dabei leicht vermeidbare Fehler gemacht, die in einem Vertriebsstraining verdeutlicht werden:

1. Schlechte Vorbereitung

Der Verkäufer erscheint beim Kunden unvorbereitet. Das darf nicht passieren! Vor dem ersten Besuch ist es die Pflicht des Vertriebsmitarbeiters sich möglichst viel Information zu Kunde und Ansprechpartner zu besorgen. Dazu gibt es jede Menge Quellen, angefangen vom Internet, bis hin zur Empfangsdame, die oft bereitwillig Auskunft gibt, zum Beispiel zu Räumlichkeiten, oder irgendwelchen Aushängen die im Empfangsraum zu finden sind.

2. Unpünktlichkeit

Für das erste Gespräch muß der Verkäufer pünktlich sein. Nur wirkliche Superkatastrophen entschuldigen ein zu spätes Kommen zum ersten Treffen. Der Autobahnstau ist da eher untauglich. Die goldene Regel sollte sein, lieber zu früh als zu spät, also Sicherheit für die Anreise einzubauen. Der Supergau wäre, ein anderer Kunde hat mich aufgehalten!

3. Smalltalk

Ein Gespräch schnell auf den Punkt zu bringen ist beim ersten Treffen eher unglücklich. Nun ist Smalltalk gefragt! Dazu hilft es natürlich, wenn der Verkäufer entsprechend vorbereitet ist. Für ein wenig Smalltalk eignen sich aktuelle Themen aus Sport, Kultur, Urlaub, mit Fingerspitzengefühl auch Politik. Die Anreise ist auch ein gutes Thema, auf jeden Fall sollten ein Thema gewählt werden, mit dem eigentlichen Verkaufsvorgang nichts zu tun hat.

4. Keine Fragen

Im Hauptteil des Gespräches sind Verkäufer dann oft mit Feuereifer dabei ihr Produkt oder ihre Dienstleistung zu preisen und vergessen dabei Fragen zu stellen. Die Kommunikation geht nur in eine Richtung und der Kunde fühlt sich überfahren. Das passiert oft unerfahrenen Vertriebsmitarbeitern, die ihre Begeisterung an den Mann oder die Frau bringen wollen. Weniger ist mehr, auf jeden Fall im ersten Gespräch, dafür sind W-Fragen sehr wertvoll, um genau zu eruieren, was der Kunde eigentlich braucht.

5. Versprechungen

Versprechungen zu machen ist grundsätzlich gefährlich, im ersten Gespräch mit viel Risiko behaftet. Wenn am Anfang eines menschlichen Kontaktes Versprechungen nicht eingehalten werden, entsteht ganz schnell Mißtrauen. Daher erst mal wenig versprechen und nur das, was auch zu 100 % einzuhalten ist.

6. Informationen zum Wettbewerb

Verkäufer sind oft mitteilnehmend, was Marktinformationen, speziell Neuigkeiten von Wettbewerbern des Kunden angeht. Was denkt wohl der potentielle Kunde, wenn beim ersten Besuch des neuen Lieferanten dieser über den Wettbewerb plaudert und womöglich herzieht?

7. Der Kunde beendet das Gespräch

Egal nach welcher Zeit, der Kunde beendet das Gespräch. Der Verkäufer soll also ausreichend Ziel mitbringen und bitte keinen knappen „Anschlußtermin“ legen.

Grundsätzlich gelten, eine gute Vorbereitung und ausreichend Zeit, gepaart mit Präsenz und Aufmerksamkeit während des Gesprächs sind die größten Erfolgsfaktoren eines gelungenen Erstgesprächs beim Kunden.

In Vertriebsstrainings werden solche Situationen besprochen und geübt. Das ist gerade für Vertriebsnachwuchs sehr hilfreich, um nicht gleich in zu viele Fettnäpfchen zu treten.