



## Einwandbehandlung

Fast alle Verkäufer haben vor allem vor Einwänden des Kunden Angst, am meisten wohl davor, dass der Kunde sagt: „Das kaufe ich nicht!“ Für viele bedeutet eine solche Reaktion Versagen, Verschwendung ihrer Zeit, Energie und Anstrengung sowie persönliche Zurückweisung. Die besten Verkäufer der Welt laufen bei ihren Abschlüssen aber erst nach mindesten fünf Einwänden richtig zu Hochform auf. Sie machen sich diese Einwände zunutze. Unser Ziel jetzt, Sie mit einem System vertraut zu machen, das Sie so versiert im Umgang mit Einwänden werden lässt, dass Sie für jeden Einwand dankbar sind!

### ERGEBNISSE UND SCHWERPUNKTE

Wenn Sie diese Lektion erfolgreich abgeschlossen haben, werden Sie

- das zehnstufige Verfahren beherrschen, mit dem Sie jeglichem Einwand begegnen und ihn in eine Verpflichtung umwandeln können
- in der Lage sein, Einwände in zwei Kategorien einzuteilen: solche, die Sie widerlegen können und andere, bei denen das eben nicht geht;
- wissen, wie Sie Einwände von vornherein ausschalten.

### Einwandbehandlung im Verkaufsgespräch

Beim Umgang mit Einwänden ist das Wichtigste, dass Sie sich auf die Seite des Kunden schlagen und sich seine möglichen Einwände zu eigen machen.

Sie können einen anderen Menschen nur dann auf Dauer überzeugen, wenn er weiß, dass Sie ihn wichtig nehmen und überzeugt ist, dass Sie wie er sind und intelligente und vernünftige Ansichten vertreten.

Sie müssen nicht nur wissen, welche Einwände der andere vorbringen wird, sondern auch **warum**, was also seine Gründe sind.

Sobald Sie diese Gründe kennen, können Sie genau diese Gründe einsetzen, um den anderen zum Kaufen zu bringen.



## 10 Schritte zum Entkräften aller Einwände

### 1. Ignorieren

Warum ignorieren?

Weil es der Kunde vielleicht gar nicht so gemeint hat.

Die meisten Einwände werden von Leuten **automatisch** gemacht.

Die meisten Verkäufer stehen sich vor allem aus folgenden Gründen oft selbst im Weg:

- Sie haben Angst vor Einwänden
- Sie sind davon überzeugt, dass man Einwände um jeden Preis unterdrücken muss – sie meinen, der Kunde wäre sonst womöglich weg.
- Sie haben das geradezu unstillbare Verlangen, auf jeden aber auch auf jeden Einwand einzugehen.

Geraten Sie nicht gleich aus dem Häuschen, wenn Sie mit Einwänden konfrontiert werden. Lassen Sie den Einwand zunächst einmal Revue passieren, schauen Sie sich ihn an... ignorieren Sie ihn.

### 2. Ausreden lassen

Warum? Vielleicht geht dem Kunden irgendwann die Luft aus.

Wenn jemand so richtig sauer ist und vom Leder zieht, und sie hören ihm einfach nur ganz aufmerksam zu und verteidigen sich nicht, dann geht dem anderen irgendwann schlicht die Luft aus und er entkräftet plötzlich selber seine eigenen Einwände .

### 3. Geben Sie ein Feedback – aber freundlich

Geben Sie diese Feedback durch eine Frage. Beispiel: „**Das kostet zu viel ???**“

### 4. Hinterfragen Sie den Einwand

„**Wir wissen beide, dass Sie Ihre Gründe dafür haben, das jetzt so zu sagen. Hätten Sie etwas dagegen, mir diese Gründe darzulegen?**“

Holen Sie zunächst die Zustimmung Ihres Gegenübers ein und bleiben Sie **höflich**.

### 5. Machen Sie einen allerletzten Einwand daraus

Eine solche Umwandlung in einen allerletzten Einwand erreichen Sie, indem Sie mit dem „als ob“-Bezugsrahmen und dem Testabschluss arbeiten.



Hören Sie genau zu! Wenn Ihnen ein anderer die Begründung für seine Einwände liefert, liegt es an Ihnen, den Abschluss zu tätigen – Sie wissen dann nämlich, was den anderen wirklich zu seinen Entscheidungen motiviert.

Beispiel: „**Wenn wir XYZ erfüllen, was meinen Sie, glauben Sie dass Sie dann.....**“

Wenn der Kunde ja sagt, weiter mit Schritt 6, sonst Schritt 3.

## 6. **Machen Sie sich die Auffassung Ihres Kunden zu eigen/solidarisieren Sie sich mit dem Kunden und liefern Sie ihm ein Ruhekissen.**

Nehmen Sie sich die Zeit möglichst viel über ihren potentiellen Kunden zu erfahren. Er soll Ihr Freund werden. In Zukunft wollen Sie viele Abschlüsse mit ihm machen und viele Empfehlungen über ihn bekommen. Je mehr Sie über Ihren Kunden wissen, desto eher werden Sie in der Lage sein, ihn positiv zu beeinflussen

Sobald Sie das Wort „aber“ benutzen, setzen Sie den anderen ins Unrecht. Die drei Formulierungen des Bezugsrahmens der Zustimmung sind:

- **Ich weiß zu schätzen, dass....**
- **Ich respektiere, dass...**
- **Ich stimme Ihnen zu und ...**

**Diese drei Formulierungen können, so einfach wie sie sind, eine geradezu magische Wirkung haben:** Ein Mensch, der sich gerade noch gegen Sie gewandt hat, macht sich plötzlich Ihre Auffassung zu eigen und versteht so Ihre Sicht der Dinge. Das Geheimnis liegt darin, dass Sie dem Anderen ehrlich und aufrichtig als Mensch gegenüberreten.

Ihr potentieller Kunde wird immer ein oder zwei Dinge sagen, die Sie schätzen, respektieren oder akzeptieren können:

Sie können die **Gefühle** Ihres Kunden schätzen, respektieren oder akzeptieren.

Sie können die dem Gesagten zugrunde liegende **Absicht** schätzen, respektieren oder akzeptieren.

Es ist wie beim Tanzen lernen: Man geht mit dem anderen mit, statt sich ihm störrisch zu widersetzen. Wenn Sie dem potentiellen Kunden auf seine Einwände Kontra geben, schaden Sie Ihrem **„Andere sehen das auch so...“** Einkommen, Ihrem Erfolg und Ihrer Karriere. Wenn Sie lernen, sich wie ein Tänzer zu verhalten, mit dem anderen mitzugehen und ihn in eine andere,



ihnen genehme Richtung zu lenken, dann bauen Sie sich eine Zukunft auf, in der Ihnen alle Wege offen stehen.

Der Kunde hat von Ihnen ein **emotionales „Ruhekissen“** bekommen....

Wir haben uns seine Auffassung zu eigen gemacht, wir stehen auf seiner Seite; es gibt jetzt einen persönlichen Kontakt.

## 7. Wandeln Sie den Einwand des Kunden in eine Frage um.

(Einwände können Sie nämlich nicht beantworten, Fragen dagegen sehr wohl!)

Prägen Sie sich folgende Formulierung ein:

### **„ Das wirft eine Frage auf, die Frage ist.....ist das wirklich die Frage?“**

In Fragen kristallisiert sich die Wahrnehmungen des Menschen. Verändern Sie die Frage – Sie verändern damit auch die Wahrnehmung des anderen.

Menschen stellen Fragen, die gewisse Dinge implizieren. Sie können Fragen stellen, die von positiven Erwartungen ausgehen.

Ihr Ziel besteht darin, Ihr Gegenüber von seiner rigiden Haltung (dem Einwand) abzubringen und ihn statt dessen eine **Frage** stellen zu lassen.

Beispiele:

**„Inwiefern könnten Sie hier sogar noch mehr Gegenwert bekommen, als Sie ursprünglich erwartet haben?“**

**„Bekommen Sie nicht sogar noch viel mehr Gegenwert ( schnelle saubere Lösung, Festpreisgarantie), als Sie erwartet haben?“**

**„Bekommen Sie denn durch diese Investition das, was Sie wirklich wollen?“**

**„Wie können wir sicherstellen, dass Sie aus dieser Entscheidung sofort Nutzen ziehen können?“**

*Sobald der Kunde mit „ja“ antwortet bzw. eine Antwort gibt, steht die Frage im Mittelpunkt seiner Aufmerksamkeit.*



**Ein guter Ansatz besteht darin, mit einer Frage sein Gegenüber erneut an seine psychische Angriffsfläche zu erinnern.**

Wenn Sie einen Einwand in eine Frage umwandeln, können Sie auch gleich die Gelegenheit dazu nutzen, Ihren Kunden an sein Problem und seine Motivation zum Kauf erinnern.

Beispiele:

***„Wenn wir das jetzt doch nicht so machen, wird das dann später letztlich nicht viel teurer für Sie?“***

***„Wäre es nicht wichtig herauszufinden, wie Sie das machen können, damit Sie nicht weiter leiden müssen?“***

***„Hätten Sie letztlich nicht doch eher einen größeren Nutzen, trotz der Einstiegskosten?“***

Es geht hier ausschließlich darum, die Aufmerksamkeit des Kunden auf den Nutzen statt auf seine Zweifel zu lenken. Sie bringen den Kunden dazu, sein Augenmerk auf einen anderen Aspekt zu lenken.

## 8. Beantworten Sie die Frage Warum, USO und EI

- **W**arum- Fragen Sie, Warum
- **U** Umdrehen
- **S** Stärkeres Argument

Wiegen Sie die Einwände mit Fragen auf, die auf Werte abzielen:

„Stimmt es nicht, dass ..... wichtiger ist als ihre Zweifel.“

- **O** Ohne Bedeutung

Spielen Sie den Einwand soweit herunter, dass er lächerlich wirkt.

- **E** Erklären
- **I** in Abrede stellen

Beispiel:

Einwand:

„Das ist zu teuer.“

**Warum:**



**„Warum machen Sie sich darüber überhaupt Gedanken? Sie haben mir gerade gesagt, wie dringend Sie ein innovatives Produkt benötigen.“**

**Umdrehen:**

**„Und genau deswegen müssen Sie sich jetzt dafür entscheiden: Es wird nämlich immer zu teuer sein, bis Sie mal mehr Geld verdienen. deshalb sollten Sie jetzt investieren, damit....“**

**Stärkeres Argument:**

**„Stimmt, das kostet viel – aber was wird es Sie erst kosten, wenn Sie es nicht kaufen? Was wird Ihnen alles entgehen? Wie stellt sich Ihr Verlust langfristig dar, wenn Sie jetzt nicht investieren?“**

**Ohne Bedeutung:**

**„Natürlich ist das eine Menge Geld, aber wenn Sie sich mal überlegen, dass Sie zur Zeit fast .....€ für Miete ausgeben , dann stellt sich das doch gleich ganz anders dar, oder?“**

**Erklären:**

**„Sie haben natürlich Recht, das ist schon eine Investition; das Haus ist auch .....Jahre für Sie da, das sind dann .....EURO pro Tag.**

**In Abrede stellen:**

**„Das ist im Vergleich zu dem, was sonst noch auf dem Markt ist, keineswegs teuer. Sie dürfen nicht übersehen welche Folgewirkungen und Folgekosten die einzelnen Lösungen haben.“**

## 9. Festmachen

**„Jetzt haben wir es, oder?“**

## 10. Suggestieren Sie den Abschluss!

- Gratulieren Sie Ihrem Kunden zu seiner klugen Entscheidung.



- Holen Sie Ihren Auftragsblock heraus. Das Abschlussformular
- Telefonieren Sie:

*„Ich rufe eben mal im Büro an...“*

Um Empfehlung bitten

## Übung

**Tun Sie sich mit einem Partner zusammen: Entkräften Sie die folgenden Einwände mit den Schritten 1-5.**

- 1. Ich muss noch einmal darüber schlafen.**
- 2. Ich wollte mich nur einmal vorab informieren.**
- 3. Ich möchte den Werkvertrag prüfen lassen.**
- 4. So viel hatte ich mir nicht vorgestellt.**
- 5. Da muss ich erst mit der Familie darüber sprechen.**
- 6. Ich muss noch ein Grundstück finden.**
- 7. Wir melden uns**



8. Ich muss noch vergleichen.

9. Wir sind noch am Anfang.

10. Ich muss noch mit der Hausbank reden.

## Übung

**Tun Sie sich wieder mit Ihrem Partner zusammen. Nehmen Sie sich die gleichen Einwände wie bei der vorigen Übung vor und arbeiten Sie Schritt 6 und 7 durch. Machen Sie sich die Haltung Ihres Partners zu eigen und wandeln Sie dann seine Einwände in Fragen um. Wiederholen Sie diesen Prozess immer wieder. Dann Rollenwechsel.**

11. Ich muss noch einmal darüber schlafen.

12. Ich wollte mich nur einmal vorab informieren.

13. Ich möchte den Werkvertrag prüfen lassen.

14. So viel hatte ich mir nicht vorgestellt.

15. Da muss ich erst mit der Familie darüber sprechen.





**16. Ich muss noch ein Grundstück finden.**

**17. Wir melden uns**

**18. Ich muss noch vergleichen.**

**19. Wir sind noch am Anfang.**

20. Ich muss noch mit der Hausbank reden.