



TUN!

ZTN Vertriebsmail - Ausgabe XIV / April 2009



ZTN Training & Consulting GmbH • Österreich - Deutschland - Schweiz • www.ztn.biz • info@ztn.biz

Die „Pascal – Methode“

Im letzten Vertriebsmail habe ich von den positiven Aspekten der Kundeneinwände geschrieben. Trotzdem bedeutet ein Einwand natürlich immer, dass ein Kunde vom Nutzen des Produktes nicht vollständig überzeugt ist.

Noch schlimmer ist es, wenn Sie nach einem Verkaufsgespräch den Eindruck haben, Ihr Kunde ist überzeugt und begeistert und dann kommen plötzlich einige Tage später Einwände, die Sie ja eigentlich schon entkräftet hatten - oder es kommt gar eine Absage!

Diese Gefahr wird immer größer, **je länger die Zeitspanne zwischen Verkaufsgespräch und endgültiger Kundenentscheidung ist.**

Ziel sollte daher für jeden Verkäufer sein, diese Zeitspanne so kurz wie möglich zu gestalten. Leider geht das aber nicht immer so einfach.

Gerade im Investitionsgüterbereich ist häufig eine längere Entscheidungszeit nötig. Oft finden auch die (ersten) Verkaufsgespräche nicht direkt mit dem Entscheider statt.

Unser Gesprächspartner muss also, seine Begeisterung vorausgesetzt, unser Produkt an den Entscheider (Geldgeber) „weiterverkaufen“ (z.B. Techniker gegenüber Einkäufer oder Geschäftsführer).

Hier hat man festgestellt,

dass bereits nach einem Tag fast die Hälfte aller Argumente, die der Verkäufer im Verkaufsgespräch angebracht hat, vom Käufer wieder vergessen wurden. Genauso stark lässt die Begeisterung nach, und die Bedenken bzw. Einwände treten immer mehr in den Vordergrund.

Wie lässt sich also die Überzeugung und Begeisterung möglichst lange beim Käufer erhalten? Wie gelingt es, unseren Gesprächspartner in die Lage zu versetzen, unser Produkt mit voller Begeisterung bei seinem Entscheider (Geldgeber) durchzusetzen?

Hier kann uns die sogenannte **„Pascal-Methode“** helfen.

Blaise Pascal war französischer Mathematiker und Philosoph im 17. Jahrhundert.

„Menschen lassen sich viel eher durch Argumente überzeugen, die sie selbst entdecken, als durch solche, auf die andere kommen.“

Blaise Pascal

D.h.: Ein Mensch wird überzeugter von einem Produkt sein, wenn er selbst auf dessen Nutzen gekommen ist, er wird länger anhaltend begeistert sein und er wird dieses Produkt natürlich auch vor Dritten eher vertreten. Er wird uns dann sicherlich auch eher weiterempfehlen.

An dieser Stelle passt noch ein anderes Zitat von Blaise Pascal:

„Du kannst dich gut gegen jedes fremde Argument wehren, aber schwer gegen deine eigenen!“

Demnach müssen wir unseren Kunden dazu bringen, dass er sich seine Kaufargumente selbst erarbeitet, er sie schließlich selbst entdeckt. Es gilt also wieder der Grundsatz: **„Nicht sagen, sondern (geschickt) fragen!“**

Wie schaut diese **„Pascal-Methode“** im Verkauf jetzt aus?

1. Schritt:

Stärken und Schwächen des Kunden herausarbeiten.

Wo ist er bereits gut aufgestellt, wo gibt es Probleme. Also eine „Ist - Analyse“

2. Schritt:

Die Veränderung Frage an den Kunden: Welche Probleme oder Engpässe möchte er beseitigt haben, wo möchte er noch besser werden?

3. Schritt:

Die Auswirkung Wir fragen! Was würde „Nicht-Handeln“ für den Kunden bedeuten, welche negativen Konsequenzen würden sich ergeben? Noch besser: Welche Vorteile hätte der Kunde, wenn er handelt?

Hier ist es dann wichtig, mit dem Kunden eine gemeinsame Vision zu entwickeln und diese auch möglichst intensiv darzustellen.

Nicht nur: „Sie können sich eine Menge Kosten sparen“, sondern: „Was würden Sie dann mit dem eingesparten Geld anfangen...?“

Ganz wichtig ist hierbei, dass diese Fragen der Kunde für sich beantwortet!

Argumente, die sich der Kunde selbst erarbeitet hat, vergisst er nicht wieder so schnell. Vor allem, wenn eine gute Vision dahinter steckt!

Und vor allem vertritt er seine Argumente Dritten gegenüber vehementer, als wenn er nur die Argumente eines Verkäufers „nachplappert“.

Dieser „Trick“ funktioniert übrigens nicht nur im Verkauf, sondern überall dort, wo wir Menschen von etwas überzeugen wollen. Also in der Führung, Erziehung ...

Im weiteren Verkaufsgespräch benutzen Sie dann natürlich nur diese, selbst erarbeiteten Argumente!

Probieren Sie es aus!



Kai Heiß
Geschäftsführer
ZTN Training & Consulting

ZTN

Training & Consulting
GmbH

Österreich
Bundesstrasse 36
6923 Lauterach
Tel: +43 5574 78021-0
Fax: +43 5574 78021-7

Deutschland
Finkenweg 9
95119 Naila
Tel: +49 9282 97840-8
Fax: +49 9282 97840-7

Schweiz
Alte Landstrasse 106
9445 Rebstein
Tel: +41 71 7700867
mobil: +43 664 8536182