



DEIN KOSTENLOSER WEGBEGLEITER

Vertrieb verstehen

Den Bedarf klären.
Entscheidungen ermöglichen.

Verstehen. Anwenden. Weiterkommen.

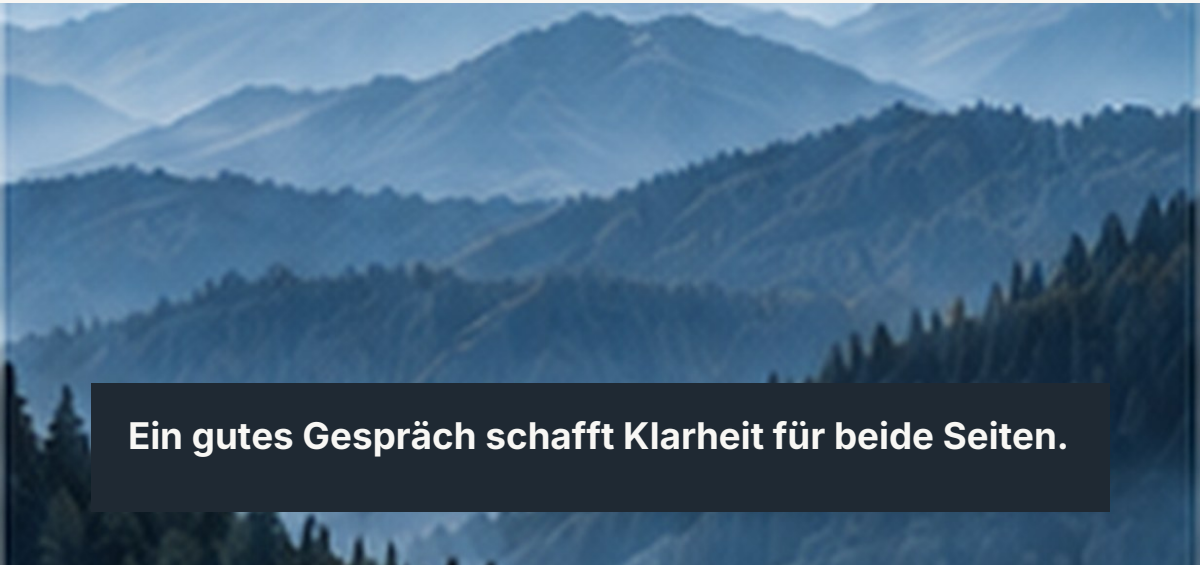
Wissen · Praxisbeispiel · deine Arbeitsseite

Eine Anfrage ist noch kein klarer Bedarf.

Ein Kunde nennt eine Menge, ein Produkt oder einen Preis. Damit kennst du seine erste Aussage. Was er erreichen möchte und woran er eine gute Lösung erkennt, ist damit noch nicht geklärt.

Deine Aufgabe ist Übersetzungsarbeit: Du verbindest die Situation des Kunden mit einer passenden Leistung. Gute Fragen, aufmerksames Zuhören und ehrliche Zusagen machen diese Verbindung nachvollziehbar.

Dieser Wegbegleiter hilft dir, Bedarf, Nutzen und nächsten Schritt auseinanderzuhalten und in einem Gespräch zusammenzuführen.



Ein gutes Gespräch schafft Klarheit für beide Seiten.

Vom Wunsch zur passenden Frage.

Höre auf drei Ebenen. Eine Aussage ist ein Einstieg; deine Vermutung bleibt prüfbar.

Position

„Ich brauche 500 Leuchten.“ Das ist die genannte Menge, noch kein geprüfter Bedarf. Frage: Was ist der Anlass für die Anfrage?

Kriterium

„Die Montage muss im Betrieb möglich sein.“ Frage: Welche Bereiche und Zeiten sind dafür kritisch?

Anliegen

„Ich will den Betrieb nicht gefährden.“ Frage: Welche Absicherung brauchen Sie für die Entscheidung?

Ein vermutetes Motiv ist kein Wissen über den Kunden. Frage nach und lass eine Korrektur ausdrücklich zu.



Vier Gesprächsfehler, die Klarheit kosten.

01 Zu früh präsentieren.

Du stellst eine Lösung vor, bevor das Problem klar ist. Kläre zuerst, was sich aus Kundensicht verbessern soll.

02 Die Fragenliste abarbeiten.

Nach einer Antwort steht schon die nächste Frage bereit. Greife das Gesagte auf und vertiefe den entscheidenden Punkt.

03 Einen Vorteil als Nutzen verkaufen.

„Spart Zeit“ bleibt allgemein. Erkläre, für wen, bei welcher Aufgabe und unter welchen Bedingungen Zeit frei wird.

04 Unsicherheit mit Rabatt beantworten.

„Zu teuer“ kann Verschiedenes bedeuten. Kläre Vergleich, Budget und wahrgenommenen Nutzen, bevor du den Preis veränderst.

Gesprächsqualität zeigt sich auch daran, ob ein Kunde begründet Nein sagen kann.



„Wir brauchen 500 Leuchten.“

PRAXISBEISPIEL · AUS DEM BUCH VERDICHET

Beispiel: ein geplanter Austausch. Ob die genannte Menge passt, ist noch offen.

01 Verstehen

„Was soll sich durch den Austausch für Sie verbessern?“

02 Konkretisieren

„Welche Auswirkung hätte eine Unterbrechung des Betriebs?“

03 Absichern

„Wer muss welche Unterlagen prüfen, bevor Sie entscheiden?“

Fasse die Antworten zusammen und lasse sie bestätigen. Daraus entsteht ein gemeinsamer Maßstab für das Angebot: zum Beispiel Montageablauf, Lichtqualität und nachvollziehbare Kosten.

Das sind mögliche Gesprächswege. Die Antworten und ihre Gewichtung kommen vom Kunden.



Dein Gesprächs-Check.

Bereite einen echten Termin vor. Trenne bestätigte Angaben von Annahmen. Vier kurze Notizen reichen für den Anfang.

Situation

Was weiß ich bereits? Was vermute ich nur?

Veränderung

Was soll beim Kunden besser werden?

Entscheidung

Wer ist beteiligt? Was muss vor einer Zusage klar sein?

Nächster Schritt

Wer klärt was bis wann? Welches Ergebnis wird gebraucht?

Nach dem Termin ergänzen: Was hat der Kunde bestätigt und was muss ich noch prüfen?



Sieben Fragen, die ein Angebot tragen.

- 01** Was ist der Anlass für die Anfrage?
- 02** Was soll sich verbessern oder erhalten bleiben?
- 03** Was bedeutet das für Ihren Alltag?
- 04** Woran erkennen Sie eine gute Lösung?
- 05** Welche Grenzen oder Vorgaben gelten?
- 06** Wer prüft was vor der Entscheidung?
- 07** Welchen nächsten Schritt vereinbaren wir?

Muss ich alle sieben Fragen der Reihe nach stellen?

Nein. Nutze sie als Orientierung. Stelle eine Frage, höre zu und entscheide dann, was noch geklärt werden muss.

Mach aus Wissen gute Gespräche.



Das Buch führt von Haltung und Bedarf über Nutzen, Preis und Einwände bis zu Beziehung, Organisation und Führung. Die Leseprobe zeigt dir den Ansatz.

Buch und Leseprobe öffnen

Die Leseprobe und Bestellinformationen findest du bei BoD.

Zur Themenwelt auf der PERNI-Website

INHALT UND QUELLEN

Inhaltlicher Abgleich: Thomas Pernpeintner, Vertrieb verstehen, Manuskript FINAL, S. 10-11: Position, Kriterien und Anliegen; Beispiel „500 Leuchten“. Die Fragen sind didaktische Vorschläge, keine Erfolgsgarantie.

Gesprächsbeispiele sind Lernbeispiele. Sie ersetzen die konkrete Bedarfsklärung mit deinem Kunden nicht.