

1970-2020
50 JAHRE
Dähne Verlag



Beeztees
Umstrukturierung bei Karlie



Weihnachtsprodukte
Hoffnung auf Wachstum



Schweiz
Starke Fachhandelsketten

pet

Fachmagazin für die Heimtierbranche

Nagermarkt

***Aufschwung
in Corona-Zeiten***

Gewinnspiel mit



auf Seite 39



Bild: Gerd Altmann, Pixabay

Der Kunde, das unbekannte Wesen?

Kunden sind angenehm und verständnisvoll. Doch es gibt auch die „schwierigen“ Kunden, die einem den Tag versauen können. Verkaufsberater Hans Günter Lemke weiß, wie man sich verhalten sollte.

Die Kunst eines jeden Verkäufers ist es, mit den Kunden umgehen zu können, die kritisch und leider manchmal auch „lauter“ werden können. Nehmen Sie nichts persönlich! Es gibt Kunden, die ihre privaten oder beruflichen Probleme mit in den Einkauf nehmen und sensibel reagieren, wenn der Verkäufer in ihren Augen unfreundlich ist oder eine „dumme“ Antwort gibt. Es gibt verschiedene Kundentypen:

Der Schweigsame

Hier sollte der Verkäufer versuchen, den richtigen „Zugang“ zu finden. Wenn er dem Kunden offen und freundlich begegnet, ist die Chance groß, dass der Kunde sich ihm auch öffnet. Auch hilft

es, den Kunden mit offenen Fragen zum Reden zu bringen.

Der Besserwisser

Besonders heutzutage, wenn Kunden durch das Internet „überinformiert“ sind oder sich „falsches Wissen“ angeeignet haben, kommt dieser Kundentyp immer häufiger vor. Es ist immer gut für das weitere Verkaufsgespräch, dem Kunden zuerst einmal „recht zu geben“. Mit der richtigen Fragetechnik ist es möglich, das Gespräch in die gewünschte Richtung zu lenken: „Wie kommen Sie zu der Ansicht?“, oder: „Wo haben Sie das gelesen?“ Der Kunde soll sein Wissen präsentieren dürfen, bevor mit Argumenten für den Verkauf geantwortet wird.

Der Aggressive oder Cholerische

Das Wichtigste: Ruhe bewahren, nichts persönlich nehmen. Dem Kunden immer mit Respekt und Höflichkeit begegnen. Wir wissen ja auch nicht immer sofort, warum der Kunde so aufgebracht ist. Liegt es an früheren Erfahrungen beim Einkauf oder hat er ein privates Problem, welches er mit in das Geschäft bringt?

Der Verkäufer im Zoofachhandel sollte verständnisvoll wirken und nicken, wenn der Kunde redet, aber niemals widersprechen. Es muss ihm gelingen, sich kurz zu halten und Fragen an den Kunden möglichst positiv zu formulieren.

Der Autor



Hans-Günter Lemke,
Training für
Führung
und Verkauf

www.lemke-training.de

Der Unsichere

Der Umgang mit diesem Kundentyp ist gar nicht so schwer, wenn man ihm mit Vertrauen und Respekt begegnet. Hier sollte mit offenen Fragen agiert werden. Werden ihm verschiedene Handlungsalternativen angeboten, gewinnt er ein Gefühl der Sicherheit und Selbstbestimmtheit. Auch kann eine wertvolle Vertrauensbasis aufgebaut werden.

Der Vielredner

Kompliziert ist der Kunde, der ununterbrochen redet. Hier muss es gelingen, ihn höflich zu unterbrechen und das Gespräch auf das Wesentliche zu begrenzen. Geschlossene Fragen einbauen, mit Gestik bestätigen. Zur Not kann auch einem Kollegen gesagt werden, dass er nach fünf Minuten kommen und unterbrechen soll.

Der „Einwand-Kunde“

Ein Einwand des Kunden bedeutet keinen „Angriff“, sondern der Kunde ist noch nicht überzeugt. Er Kunde will mehr über die Ware wissen, will mehr vorgeführt bekommen oder hat schlechte Erfahrungen gemacht. Einwände sind ein Interessensbeweis. Es gilt, den Einwand zu hinterfragen und Verständnis zu zeigen, dann wird eine passende Antwort und Argumentation gegeben: „Ich kann verstehen, dass Sie noch Bedenken haben, da Sie schon schlechte Erfahrungen gemacht haben...“, oder: „An Ihrer Stelle würde ich auch so denken, würde ich nicht alle Vorteile genau kennen...“

Kurzum, stellen Sie sich niemals auf die gleiche Ebene mit dem Kunden, wenn er schwierig oder gar ausfallend wird. Höf-

„Beratungsklau und mehr...“

In seinem neuen Handbuch für den stationären Handel zeigt Hans Günter Lemke Möglichkeiten auf, den Internetkunden als stationären Kunden zu gewinnen, wie Mitarbeiter besser in ihren Verkaufsgesprächen werden, welche Trends für Mehrumsatz zu nutzen sind, wie Social-Media sinnvoll eingesetzt werden kann und wie positive Kommunikation helfen kann.

Das Buch hat 107 Seiten und kostet 14,99 Euro.
ISBN: 978-3-752981-40-7.
Erhältlich bei Amazon, im Epubli-Verlag oder direkt beim Autor,
E-Mail: info@lemke-training.de.



lichkeit und Professionalität gelten als oberstes Gebot. Bleiben Sie sich und Ihren Zielsetzungen treu und verfolgen Sie diese kon-

sequent. Dann werden auch unangenehme Verkaufsgespräche mit schwierigen Kunden zum gewünschten Erfolg führen. ■

IHRER

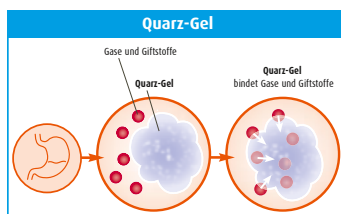
FELLNASE

GEHT'S

HUNDEELEND?

Antons DarmVital mit rein mineralischem Silicium-Gel (Quarz-Gel)

- Dient zur Darm-Sanierung
- Reinigt den Magen-Darm-Trakt
- Bindet Gase und Giftstoffe
- Unterstützt die körpereigene Regeneration



Erhältlich im Reformwarenfachhandel und in ausgewählten Zoofachhandelsgeschäften. Mehr Informationen auf www.gesunder-wuff.de.



hübner
gesundheit leben

ANTON HÜBNER GmbH & Co. KG
www.huebner-vital.de