

## Effiziente Verkaufsberatung Zeigen Sie Begeisterung!



In unserem letzten Beitrag (s. OTC magaz'in Nr.8) haben wir Ihnen aufgezeigt, wie sehr Ihr Verkaufserfolg davon abhängt, dass Sie sich an Ihre Kunden anpassen können. Dabei haben Sie auch – im Rahmen einer vereinfachten Typenlehre – die verschiedenen Persönlichkeitstypen kennengelernt, denen Sie sowohl Ihre Kunden als auch sich selber zuordnen können. In diesem Artikel erfahren Sie, wie Ihre Kunden möglicherweise auf ein zusätzliches Verkaufsangebot von Ihnen reagieren und wie Sie das Beste daraus machen können.

Lassen Sie uns zunächst kurz rekapitulieren, was Sie in den vorgängigen Ausgaben von OTC magaz'in gelernt haben.

### Struktur des Verkaufsgesprächs

Struktur des Verkaufsgesprächs	Wichtige Punkte
① Begrüssung / Empfang / Gesprächseinstieg	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persönlicher Service</li> <li>• Positive Zugewandtheit</li> <li>• Das «3 x 20»-Prinzip</li> <li>• Verbale und nonverbale Kommunikation</li> </ul>
② Erhebung der Kundenbedürfnisse	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Ganzheitliche</b> Erfassung des Kunden</li> <li>• Fragetechniken mit Klärungsfragen</li> <li>• Aktives Zuhören</li> <li>• Gehörtes wiederholen/überprüfen</li> </ul>
③ Vorschlagen des/der Hauptprodukte(s)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Begeisterung</li> <li>• 7 ± 2 Informationen</li> </ul>
④ Verkaufsabschluss Hauptprodukt(e)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geschlossene Frage</li> </ul>
⑤ Vorschlagen: zusätzliche(s) Produkt(e)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gezieltes Angebot</li> <li>• Begeisterung, Elan</li> </ul>
⑥ Verkaufsabschluss Zusatzprodukt(e)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geschlossene Frage</li> </ul>
⑦ Eingehen auf Fragen und Einwände	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vertiefte Produkte- und Sortimentskenntnis</li> <li>• Professioneller Umgang mit Einwänden</li> </ul>
⑧ Verabschiedung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dank</li> </ul>



### Beispiel:

«Ich würde Ihnen dieses Naturprodukt empfehlen, weil...»

«Sind Sie interessiert?»

Diese 8 Phasen bilden gewissermassen den roten Faden des Verkaufsgesprächs. Natürlich setzt sich jede Etappe wiederum aus zahlreichen Einzelteilen zusammen. Einige davon mögen Ihnen wie Details vorkommen, doch bedenken Sie, dass Ihr Erfolg davon abhängt, wie gut Sie diese Details beherrschen.

### Wie kann nun Ihr Kunde oder Ihre Kundin auf diese Frage in Phase 6 reagieren?

Apotheker/in, Pharmaassistent/in: «Sind Sie interessiert?»

Kunde: **A** Sagt Ja    **B** Stellt Fragen    **C** Hat Einwände    **D** Lehnt ab

Beispiel: «Ja, das nehme ich.»    «Gibt es Nebenwirkungen?»    «Das ist mir zu teuer.»    «Nein, ich bin nicht interessiert.»

Je gekonnter Sie die Etappen 1 bis 5 abwickeln, umso besser liegen die Chancen, dass Ihr Kunde Lösung A wählt, also die von Ihnen vorgeschlagenen Zusatzprodukte kauft und mit Ihrer Beratung rundum zufrieden ist.

**Romain Ducret, Ausbilder und professioneller Coach**

