

Marco Weingärtlers Praxis-Tipps  
für Führungskräfte im Verkauf



## Warum Ihre Geschwindigkeit immer wichtiger wird

Stellen Sie sich jetzt einmal die Frage: Was ist für Sie und Ihre Mitarbeiter die größte Herausforderung auf dem Weg zu einem Abschluss? Oder: Was ist das entscheidende Hindernis, das den Kunden davon abhält, bei Ihnen sofort zu kaufen?

Ein US-Beratungsunternehmen hat auf diese Frage eine – wie ich finde – überraschende Antwort gefunden:

Die größte Herausforderung sehen die meisten Verkäufer darin, den Kunden jetzt zu einem Verkauf zu bewegen. 42 Prozent der befragten Verkäufer hatten Probleme damit, im Verkaufsprozess das Gefühl der Dringlichkeit zu erzeugen, das den Kunden davon abhält, seine Kaufentscheidung noch einmal zu überdenken und zu verschieben. Die üblichen verdächtigen Gründe, die immer wieder dafür herhalten müssen, warum es mit einem Verkauf nicht klappt, folgen auf den Plätzen zwei und drei: die schlechte Erreichbarkeit der Entscheider (37 Prozent) und die Preis Einwände der Kunden (35 Prozent).<sup>1</sup>

Das heißt: Wenn es Ihnen gelingt, mehr Geschwindigkeit und Dringlichkeit in den Verkaufsprozess und in den Verkaufsalltag zu bringen, überwinden Sie das größte Hindernis. Wer es dagegen im Kontakt mit den Kunden ruhig angehen lässt, verstärkt die weitverbreitete Eigenart vieler Kunden, die Entscheidung zu verschleppen oder alles noch einmal aufzuschieben.

Mein Tipp heute: Machen Sie sich Gedanken, wie Sie 2020 schneller werden können. Sechs Anregungen für mehr Geschwindigkeit im Verkaufsalltag liefern Ihnen die folgenden Seiten.

Ihr

Marco Weingärtler

Den Titelbeitrag können Sie auch als  
Audio-Datei zum Hören herunterladen:

<https://weingaertler.intem.de/coaching-brief/leser-service/>

### Inhalt

- Schneller in Richtung Abschluss: Sechs Tipps für den Verkaufsalltag
- Volltreffer oder Niete? So stellen Sie rechtzeitig fest, ob ein Kunde Potenzial hat oder nur Ihre Zeit vergeudet
- Achtsamkeit in der Mitarbeiterführung: So erkennen Sie Streit oder schwelende Konflikte möglichst früh

<sup>1</sup> „HubSpot Sales Perception Survey, Q1 2016“, <https://tinyurl.com/y2e2bcuu>

### Kontakt:

Marco Weingärtler  
Vertriebs-Coaching.com  
Hertzstraße 9 • 90513 Zirndorf  
Tel. +49 911 68 46 73 • Fax: +49 911 68 46 78  
<https://weingaertler.intem.de>  
[www.vertriebs-coaching.com](http://www.vertriebs-coaching.com) • [m.weingaertler@intem.de](mailto:m.weingaertler@intem.de)



**Geschwindigkeit zählt: Je schneller Sie zum Abschluss kommen, desto eher haben Sie den Umsatz und desto schneller können Sie zum nächsten Kunden gehen. Leider treten viele Interessenten auf die Bremse und verzögern den Verkaufsprozess. Mit diesen sechs Tipps für den Verkaufsalltag steuern Sie den Abschluss schneller an.**

## **Schneller in Richtung Abschluss: Sechs Tipps für den Verkaufsalltag**

### **Tipp 1: Ein Ziel für jeden Kontakt**

Eine wenig genutzte Alltagsstrategie, um im Verkauf schneller voranzukommen, ist: Vereinbaren Sie mit dem Kunden bei jedem Kontakt ein gemeinsames Ziel. Beispiel: Sie kontaktieren einen möglichen Kunden per Telefon und wollen einen Termin für eine Präsentation festmachen. Dann bieten Sie dem Kunden ein gemeinsames Ziel an, beispielsweise so: „Ziel meines Anrufs ist es, dass wir gemeinsam in fünf Minuten hier am Telefon herausfinden, ob sich für Sie ein Treffen mit mir lohnt. Können wir uns darauf einigen?“

Der Vorteil: Der Kunde weiß genau, was ihn bei dem Gespräch erwartet und worauf er sich einlässt, wenn er mit dem Verkäufer redet. Zudem schafft ein gemeinsames Ziel – auch wenn es klein ist – eine erste gemeinsame Basis.

### **Tipp 2: Einwände früh ansteuern**

Viele Verkäufer versuchen, dem Kunden zunächst möglichst viele Vorteile des eigenen Angebots zu vermitteln. Ist der Verkäufer damit fertig, wartet er, ob es noch Einwände gibt. Diese Strategie führt immer wieder dazu, dass der Kunde mit seinen Einwänden zunächst hinter dem Berg hält. Die Folge: Je länger der Kunde seine Bedenken für sich behält, umso größer werden sie. Oft stagniert der Verkauf dann gegen Ende, wenn der Verkäufer versuchen muss, die Einwände doch noch zu überwinden.

Deshalb lautet eine wichtige Strategie für mehr Geschwindigkeit: Fragen Sie früh im Verkaufsgespräch nach möglichen Einwänden. Zum Beispiel so: „Sehen Sie irgendeinen Grund, warum unser Produkt/unsere Dienstleistung bei Ihnen nicht funktionieren könnte?“ So können Sie die wichtigsten Bedenken gleich in Ihre frühe Nutzenargumentation einbauen.

Eine solche Frage schon bei der Präsentation sorgt nicht nur dafür, dass die heiklen Punkte früh auf den Tisch kommen und Sie intensiv darauf eingehen können, sie hat auch noch einen angenehmen Nebeneffekt: Der Verkäufer demonstriert damit die überzeugende Sicherheit, dass er die optimale Lösung bietet.

### **Tipp 3: Reden Sie rechtzeitig über den Preis**

Eng mit Tipp 2 ist diese Empfehlung verbunden: Reden Sie früh über den Preis. Oder sorgen Sie von Anfang an dafür, dass der Kunde die richtige Preisdimension im Kopf hat und kurz vor dem möglichen Abschluss nicht von zusätzlichen Kosten überrascht wird.

Viele Verkäufer versuchen, das Thema lange zu umschiffen, in der Hoffnung, dass der Kunde den Preis akzeptieren wird, wenn er erst alle Vorteile kennt. Die Gefahr dabei: Hat der Kunde ein falsches Bild von Ihren

### **Extra-Tipp:**

Es gibt eine sehr einfache Technik, um im Gespräch und in jedem Kundenkontakt mehr Dringlichkeit zu erzeugen: Verbinden Sie alles mit einem festen Termin. Der Kunde hat beispielsweise noch eine Nachfrage, die Sie nicht sofort klären können. Antworten Sie nicht „Ich melde mich, wenn ich etwas herausgefunden habe“, sondern besser: „Ich kläre das bis kommenden Dienstag, damit wir uns in der nächsten Woche wieder zusammensetzen können.“ Oder wenn der Kunde noch Bedenkzeit will: „Okay, dann rufe ich Sie am Mittwoch um 15 Uhr an. Einverstanden?“ Mit solchen Terminen wird der Verkaufsprozess schneller zur nächsten Phase vorangetrieben und die Gefahr der Verschleppung sinkt.



Preisen, kann ein unerwartet hoher Preis alles zunichtemachen oder zu quälend langen Preisverhandlungen führen. Natürlich kann es auch passieren, dass der Kunde überhaupt nicht das Budget hat und der Verkäufer seine Zeit mit dem falschen Interessenten vergeudet (siehe dazu auch Beitrag auf Seite 4 in dieser Ausgabe).

Ein ebenso großer Fehler: fehlende Preistransparenz. Sorgen Sie dafür, dass der Kunde möglichst früh über etwaige Zusatz- oder Extrakosten informiert ist. Wenn er erst kurz vor dem Abschluss erfährt, dass zu dem bekannten Preis noch etliche Euro für Sonderwünsche, Bereitstellung, Lieferung oder Service hinzukommen, ist sofort Sand im Getriebe.

#### **Tipp 4: Arbeiten Sie rechtzeitig mit Test-Abschlüssen**

Oft dauert es unnötig lange bis zu einem Abschluss, weil der Verkäufer nicht erkennt, dass der Kunde schon dazu bereit oder in Stimmung dafür ist. Verpasst der Verkäufer diesen Moment, kann es passieren, dass der Kunde es sich später noch einmal anders überlegt. Deshalb sollten Sie immer wieder während des Gesprächs überprüfen, ob der Kunde reif für den Abschluss ist.

Das können Sie ganz einfach durch sogenannte Test-Abschlüsse machen, Fragen also, die in Richtung eines Abschlusses gehen. Hier einige Musterformulierungen:

- „Was meinen Sie nun zu unserem Produkt/ unserem Service?“
- „Wie lange denken Sie schon darüber nach, unser Produkt zu kaufen/ unseren Service zu nutzen?“
- „Wenn Sie sich für uns entscheiden, würden Sie lieber diese oder jene Version von unserem Produkt/ unserer Dienstleistung haben?“

#### **Tipp 5: Lassen Sie den Kunden Gas geben**

Eine gute Strategie, um mehr Geschwindigkeit zu erzeugen, kann es auch sein, den Kunden zu fragen, wie Sie vorankommen können. Beispiel: Lassen Sie sich von Ihrem Kunden einen Tipp geben, wie Sie zum positiven Schluss Ihres Verkaufsgesprächs kommen. Wenn Sie das Gefühl haben, der Kunde könnte noch einen Einwand haben, sagen Sie etwa: „Bitte geben Sie mir einen Tipp, was ich tun kann, um Sie von unserem Produkt/ unserer Dienstleistung

endgültig zu überzeugen.“ Wenn Sie merken, dass der Kunde bereit ist, fragen Sie: „Herr Mustermann, wie geht’s nun weiter?“

#### **Tipp 6: Identifizieren Sie den Flaschenhals**

Wie viele Tage dauert es bei Ihnen nach dem ersten Kontakt im Durchschnitt, bis ein Interessent zum Abschluss kommt? Ermitteln Sie zunächst diese Zahl, dann haben Sie die durchschnittliche Dauer Ihres Verkaufsprozesses. Das ist schon einmal gut, um Ihre Geschwindigkeit zu messen und zu verbessern. Doch Sie können noch mehr tun:

Unterteilen Sie Ihren Prozess in die typischen Phasen, beispielsweise Kontaktphase, Bedarfsanalyse, Präsentationsphase, Angebotsphase, Verhandlungsphase, Abschlussphase etc. Analysieren Sie dann, wie lange es dauert, von einem Schritt zum nächsten zu kommen. Dort, wo es überdurchschnittlich lange dauert oder immer wieder hakt, haben Sie Ansatzpunkte, durch verbesserte Abläufe oder gezieltes Coaching Ihrer Mitarbeiter zusätzliche Geschwindigkeit aufzubauen.

#### **Extra-Tipp:**

Wenn es passt, können Sie zusätzliche Geschwindigkeit und Dringlichkeit erzeugen, indem Sie ein bisschen Zeitdruck aufbauen: ein günstigerer Einführungspreis, der beispielsweise nur x Tage nach Abgabe des Angebots gilt. Wichtig dabei allerdings: Begründen Sie den Zeitdruck möglichst glaubhaft, damit der Kunde nicht das Gefühl hat, dass es sich um einen „Verkaufstrick“ handelt.

#### **Mein Extra-Service:**

Einige weitere Ideen für mehr Geschwindigkeit habe ich Ihnen in einer Liste zusammengestellt, die Sie gleich kostenlos anfordern können – siehe Seite 6.

**Hat der neue Interessent wirklich Potenzial? Oder vergeuden Sie nur Ihre Zeit? Schnelle Qualifizierung in der Neukundengewinnung ist ein wichtiger Erfolgsfaktor. Drei Früherkennungszeichen helfen Ihnen dabei, Interessenten möglichst früh richtig einzuschätzen.**

## **Volltreffer oder Niete? So stellen Sie rechtzeitig fest, ob ein Kunde Potenzial hat oder nur Ihre Zeit vergeudet**

Es ist schlicht unmöglich, allein durch Recherche und Vorbereitung sicher herauszufinden, ob ein Kunde echtes Interesse an einem Abschluss hat. Immer wieder kommt es vor, dass die Kaufabsicht nur vorgetäuscht ist, um den Markt zu sondieren oder Informationen zu sammeln. Die Frage

lautet also: Wie können Sie möglichst früh erkennen, ob ein Kunde wirklich vielversprechend ist und ob es sich lohnt, mehr Ihrer Zeit zu investieren. Diese drei Früherkennungszeichen können Ihnen dabei helfen:

### **Extra-Tipp:**

Eine wichtige Frage zu Beginn, um einen Kunden für sich einzuordnen: Versuchen Sie herauszufinden, warum er überhaupt kaufen möchte. Welche Motivation hat er? Wer genau hinschaut, muss immer wieder feststellen, dass manch ein Kunde in diesem wichtigen Punkt keine klaren Angaben machen kann. Er scheint zufrieden mit seiner jetzigen Lösung, hat keinen Druck oder keinen aktuellen Anlass . . . Wenn Sie also den Kaufgrund nicht nachvollziehen können, ist die Gefahr groß, dass die Kaufabsicht nur vorgetäuscht ist. Möglicherweise will der Kunde durch Gespräche mit anderen Anbietern unter Druck setzen. Sie sollten hier nicht allzu viel Zeit und Arbeit investieren.

### **1. Teilt der Kunde vertrauliche Informationen mit Ihnen?**

Der Kunde berichtet von internen Projekten oder Plänen? Er gibt Ihnen Geschäftszahlen preis, die sonst nicht veröffentlicht sind? Er berichtet von neuen Produkten, die er plant? Das ist ein sehr gutes Zeichen! Wenn ein Kunde früh in der Kennenlernphase offen von seinen Herausforderungen spricht und dabei auch vertrauliche Informationen an Sie weitergibt, können Sie sich freuen. Er möchte, dass Sie mit allen nötigen Informationen versorgt sind, damit Sie eine gute Lösung anbieten können. Und er gibt Ihnen bereits einen Vertrauensvorschuss. Andersherum: Ist ein Kunde sehr zögerlich mit Informationen, kann das ein Zeichen dafür sein, dass sein Interesse in Wahrheit gering ist.

### **2. Hat der Kunde einen Zeitplan?**

Fragen Sie früh nach dem Zeitplan des Kunden: Wann will er eine Entscheidung treffen, die Investition tätigen oder das Projekt mit Ihnen starten? Je genauer der Zeitplan, desto besser für Sie! Er hat bereits Geld und Personal dafür geplant und erste Schritte eingeleitet. Dann können Sie beinahe sicher sein, dass der Kunde einen Abschluss will. Andersherum: Kann der Kunde keine konkreten Zeiträume nennen, ist die Gefahr größer, dass es sich nur um ein

vages Projekt handelt und noch keine echte Absicht vorhanden ist, wirklich einen Auftrag zu vergeben.

### **3. Investiert der Kunde seine Zeit?**

Ist der Kunde für Sie erreichbar? Finden vereinbarte Treffen tatsächlich statt? Werden zu Ihrer Präsentation alle zusammengerufen, die später entscheiden? Wenn der Kunde sich auf diese Weise Zeit für Sie nimmt, können Sie ziemlich sicher sein, dass er das Potenzial für einen zügigen Abschluss hat. Andersherum: Wenn der Kunde vereinbarte Treffen absagt oder sich nicht an Absprachen hält, kann es sein, dass sich seine Prioritäten verschoben haben und der Verkäufer noch einmal einen Schritt zurückgehen muss.

Können Sie das Verhalten Ihrer Mitarbeiter lesen? Das sollte jede Führungskraft trainieren, um Anzeichen zu erkennen, die auf Unstimmigkeiten oder Probleme im Team hinweisen können. Wer aufmerksam beobachtet, kann Konflikte lösen, bevor sie Probleme bereiten.

## Achtsamkeit in der Mitarbeiterführung: So erkennen Sie Streit oder schwelende Konflikte möglichst früh

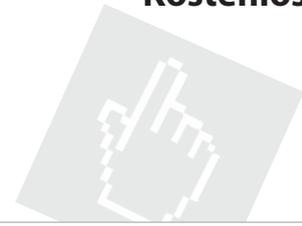
Konflikte oder Streit im Team drücken nicht nur auf die Stimmung und die Arbeitsatmosphäre. Sie können sich auch negativ auf die Leistung auswirken und das gesamte Team schwächen – zum Beispiel dann, wenn sich Leistungsträger wegen der Querelen nach einem neuen Job umschauen. Für Sie als Führungskraft heißt das: Bleiben Sie wachsam und achtsam. Beobachten Sie stets genau, ob es in Ihrem Team Zeichen von Unstimmigkeiten gibt. Dann können Sie durch Vermittlung und offene Aussprache eingreifen, bevor echte Probleme entstehen.

Hier sind sieben Anzeichen für schwelende Konflikte, die Ihnen schnell auffallen, wenn Sie das alltägliche Verhalten Ihrer Mitarbeiter beobachten.

### Extra-Tipp:

Wichtige Voraussetzung dafür, dass Sie als Führungskraft solche Frühwarnzeichen erkennen, ist: Kommunizieren Sie ausreichend mit Ihren Mitarbeitern. Planen Sie Meetings stets so, dass ausreichend Zeit für Kommunikation ist – auch unter den Teammitgliedern. Zeigen Sie Interesse an Ihren Mitarbeitern und sorgen Sie möglichst für eine offene Atmosphäre.

- **Ungeduld.** Mitarbeiter zeigen in Gesprächen untereinander oder auch gegenüber der Führungskraft keine Geduld mehr. Der andere wird unterbrochen, seine Äußerungen ignoriert.
- **Heftige und emotionale Argumentationen.** An geschäftlichen Dingen entzünden sich plötzlich gereizte Reaktionen? Es entstehen emotionale Diskussionen um Angelegenheiten, die sonst schnell und sachlich besprochen wurden? Das ist ein Zeichen, dass es schwelende Konflikte gibt, die auf anderen Ebenen ausgetragen werden.
- **Nachlassende Aufmerksamkeit und Beachtung, keine Begrüßung.** Beispiel: Ihre Mitarbeiter sammeln sich im Besprechungsraum zum Meeting. Ein Mitarbeiter sitzt bereits dort und schaut nicht auf, wenn die anderen kommen. Mit solchem Verhalten bringen Menschen gegenseitig Geringschätzung zum Ausdruck.
- **Weniger gemeinsame Aktivitäten.** Ihre Mitarbeiter haben immer gemeinsam Pause gemacht oder andere Aktivitäten gepflegt. Einzelne Mitarbeiter entziehen sich und gehen nicht mehr mit.
- **Zweifel.** Mitarbeiter, die bisher positiv eingestellt waren und konstruktiv gearbeitet haben, äußern häufiger Zweifel an Entscheidungen, Vorgehensweisen oder Strategien. Das kann ein Anzeichen für eine grundsätzliche Unzufriedenheit sein.
- **Schlechterer Informationsfluss.** Es passiert häufiger, dass wichtige Informationen nicht zu allen durchdringen und nicht weitergegeben werden? Das könnte ein Zeichen dafür sein, dass die Mitarbeiter weniger miteinander reden oder sogar bewusst Informationen vorenthalten.
- **Ironie, sarkastische Bemerkungen** und – vermeintlich witzige – Spitzen gegen andere Teammitglieder nehmen zu. Das kann ein Zeichen für nachlassenden gegenseitigen Respekt sein.



## **Ideenliste: Fünf Aktivitäten, mit denen Sie Ihre Geschwindigkeit im Verkauf weiter erhöhen**

Sie können noch mehr tun, um Ihre Geschwindigkeit im Verkauf weiter zu erhöhen. Dazu gibt es viele Stellschrauben, an denen Sie drehen können: Ihre Informationspolitik, Ihr Bonussystem, Ihr Coaching etc. Überall gibt es Möglichkeiten, das Tempo zu erhöhen, ohne die Mitarbeiter weiter unter ungesunden Stress oder Druck zu setzen. Meine Ideenliste gibt Ihnen dazu fünf Anregungen.

Klicken Sie hier, um Ihr Exemplar anzufordern. Sie erhalten die Ideenliste dann umgehend kostenlos als PDF-Datei, damit Sie sie beliebig oft verteilen und ausdrucken können.

<https://weingaertler.intem.de/coaching-brief/leser-service/>

Oder schicken Sie den folgenden Coupon ausgefüllt  
an meine Faxnummer.

**Fax +49 911 68 46 78**

**Ja, bitte senden Sie mir die Ideenliste für mehr Geschwindigkeit im Verkauf kostenlos zu.**

.....  
Vorname/Name

.....  
Firma

.....  
Straße/Postfach

.....  
PLZ/Ort

.....  
E-Mail-Adresse

**Rückruf-Service: Sie haben eine Frage zum Coaching-Brief? Oder Sie benötigen eine Kurzberatung? Dann kreuzen Sie hier Ihren Rückrufwunsch an:**

Ich bitte um Rückruf, weil ich eine Frage habe!

Mein Wunschtermin für den Rückruf (Datum/Uhrzeit): .....

Meine Telefonnummer für den Rückruf: .....