

Kennen Sie das? Eigentlich sind Sie ja schlagfertig, nur leider immer knapp 30 Sekunden zu spät! Die richtige Antwort, die richtige Reaktion oder das richtige Argument ist oft bekannt und zum Greifen nah, jedoch scheitert es am Reflex.

Herausforderung Einwandbehandlung

Das Schlagfertigkeit erlernbar ist, ist keine wirkliche Neuigkeit. Die zentrale Frage ist jedoch, wie gelingt der Transfer aus der Theorie in die Praxis. Denn es liegt ja nicht daran, dass Sie keine Methoden und Reaktionsmöglichkeiten für Einwandsituationen kennen. Das Dilemma ist vielmehr, dass es davon so viele gibt – Situationen *und* Methoden - und dass letztere dann auch noch häufig kompliziert in der Anwendung sind. Schaffen Sie es bspw., in einer solchen Situation zwischen Einwand und Vorwand zu unterscheiden? Klar wäre das sinnvoll und hilfreich. Aber in einer zeitlich so kurzen und meist ja auch nicht so angenehmen Situation? Überhaupt, wie gerne mögen Sie eigentlich Einwände? Ihre Antwort korreliert mit hoher Wahrscheinlichkeit positiv mit der Intensität, mit der Sie sich mit diesem Thema beschäftigen. Damit wir uns richtig verstehen: Das ist lediglich eine Feststellung. Jeder von uns nimmt im Zweifel den Weg des geringsten Widerstandes.

Unterbrechen Sie den Teufelskreis

Einwände als Herausforderung zu sehen oder diese gar zu mögen, ist nicht jedermanns Sache und im Übrigen auch gar nicht notwendig. Es reicht ja bereits, wenn Sie diese für Sie suboptimale Situation früher als gewöhnlich verändern können. Um dieses für Einwände typische Reiz-Reaktions-Muster zu verändern, achten Sie bitte zuerst darauf, welches Verhalten Sie zukünftig in solchen Situationen vermeiden. Dabei unterscheide ich nicht zwischen Ein- oder Vorwänden.

Dont´s bei Einwänden

- Argumentieren und Diskutieren Sie nicht! Es geht nicht darum, Recht zu haben, sondern um den Verkauf.
- Rechtfertigen Sie sich nicht! Es geht auch nicht um Schuld oder eine Anklage.
- Schweigen Sie nicht! Denn das gilt ja bekanntlich als Zustimmung.

Was Sie jetzt bitte tun ist: Lassen Sie dem Kunden (s)eine Meinung. Laut Grundgesetz der Bundesrepublik steht ihm dieses Recht zu.

Nehmen Sie den Einwand einfach einmal an

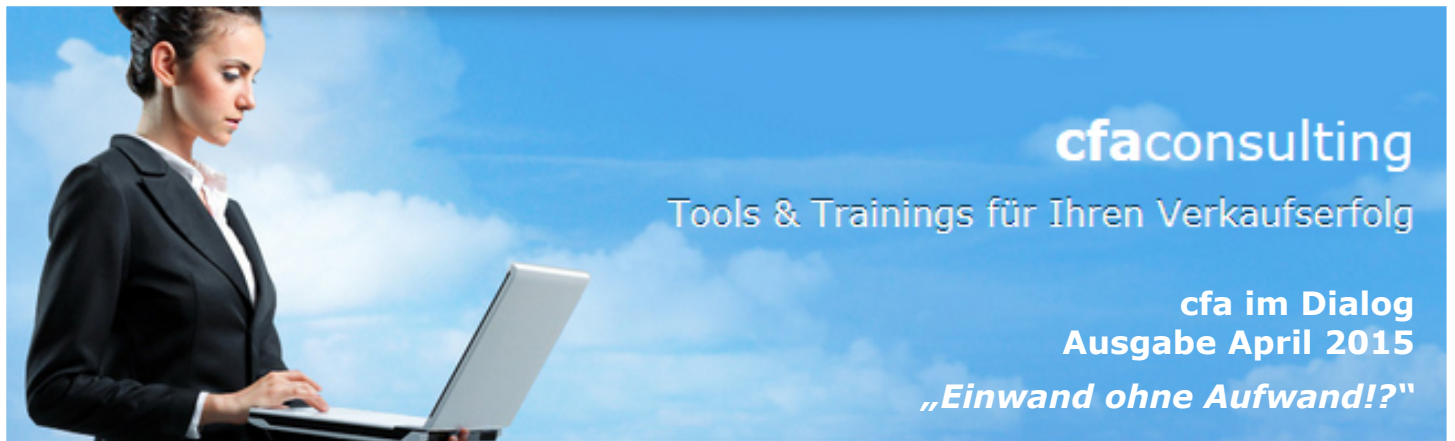
Taten sagen mehr als Worte. Durch die Kombination von Wort *und* Tat wird die Botschaft sogar noch deutlicher. In dem Sie die genannten „Dont´s“ beherzigen und Ihrem Gesprächspartner auch verbal Ihre Haltung deutlich machen, ist der erste der 3 Schritte der AHA-Methode – die Annahme des Einwands – getan.

Die AHA-Methode

- 1. Annehmen**
- 2. Hinterfragen**
- 3. Argumentieren**

Bei der Annahme des Einwands unterstützen sie die folgenden Formulierungen:

- „Gut, dass Sie das ansprechen...“
- „Ich verstehe...“
- „Das ist ein wichtiger Punkt...“
- „OK...“



Sie merken in diesen Aussagen ist Lob, Verständnis und Akzeptanz enthalten. Je spontaner oder schneller die Reaktion sein muss, desto kürzer fällt die Formulierung aus. Mein Tipp: Suchen Sie sich Ihren Favoriten aus, damit Sie dann keine wertvolle Zeit verlieren.

Bis zu diesem Punkt werden Sie möglicherweise feststellen: Das mache ich doch bereits. Und das hoffe ich auch inständig. Jedoch neigen wir häufig dazu, aufgrund der für uns unangenehmen Situation, spätestens hier wieder unser „normales“ Verhaltensmuster zu anzuwenden und zu argumentieren. Bitte, warten Sie noch! Denn an dieser Stelle folgt der zweite Schritt der AHA-Methode, der die Basis für Ihre Schlagfertigkeit liefert.

Fragen statt Argumentieren

Es ist wie in einer Beziehung: Sie kennen den Einwand, haben das nötige Sendungsbewusstsein und gute Argumente, doch Ihre Worte prallen ab! Verleihen Sie Ihrem bislang getätigten Aufwand eine wirkliche Bedeutung und verstärken Sie Ihre für diese Situation aus Kundensicht atypische Reaktion. Statt zu schnell zu viele Argumente zu erläutern, versuchen Sie, mit einer offenen Frage

1. ...den Einwand besser zu verstehen und mehr Informationen zu erhalten
2. ...das richtige Argument zu finden
3. ...ein wenig Zeit zu gewinnen, um Punkt 1 und 2 realisieren zu können

Den Impuls für Ihre Frage liefert Ihnen Ihr Gesprächspartner bereits mit seinen Einwänden:

- Das habe ich **woanders** günstiger gesehen!
- **Darüber** muss ich noch mal nachdenken!
- **Das** ist mir zu teuer!

Und wenn Ihnen einmal überhaupt keine Frage einfällt funktioniert das folgende Mantra, aufgrund unserer im Allgemeinen wenig präzisen Kommunikation, IMMER: „*Wie genau meinen sie das?*“

Fragen bringen Informationen bringen Nutzen

Fassen wir zusammen: 1. Sie nehmen den Einwand an, unterbrechen damit den normalen Gesprächsverlauf, und setzen auch auf der emotionalen Ebene ein Zeichen. 2. Statt Ihrem Mitteilungsdrang und Ihrem Sendungsbewusstsein weiter Geltung zu verschaffen, erhalten Sie mit einer offenen Rückfrage wertvolle Informationen zum Einwand und können so die passenden Argumente anbringen. Warum? Weil Ihre Argumente die Frage des Kunden „Was habe ich davon?“ konkret beantworten werden.

Wenn Sie nun auf den 3. Schritt - das Argumentieren - warten, kann ich Sie beruhigen. Sie kennen Ihre Produkte und USPs. Hier ist im Normalfall kein Training nötig. Es geht ja darum, Ihren Argumenten Gehör zu verschaffen. Und das erreichen Sie mit ein wenig Schlagfertigkeit. Testen Sie die AHA-Methode mit dem folgenden Link: <http://mfbc.qr.ai>
Denken Sie daran: NICHT argumentieren, sondern lediglich schnellstmöglich den Einwand mit einer der 4 Annahme-Formulierungen annehmen und dann mit einer Rückfrage konkretisieren.

Viel Erfolg!
Ihre **cfa**consulting

Heresbachstraße 1B
46459 Rees

02857-6819226
info@cfa-consulting.de
www.cfa-consulting.de