

# Misserfolg garantiert – 12 typische Gesprächskiller

26/11/2015



Rolf H. Ruhleder

**Wie oft es Ihnen schon so ergangen, dass Sie durch eine unbedachte Äußerung Ihres Gesprächspartners schockiert bzw. verärgert waren. Die andere Seite merkt jedoch nicht, was in Ihnen vorgegangen ist.**

Wir alle berücksichtigen im beruflichen – wie im privaten – Leben fast nur die rationalen Überlegungen. Das heißt: Unser 1/7 Bewusstsein – nach Sigmund Freud – wird im Vergleich zu den 6/7 des Unterbewusstseins stark überbewertet.

Wenn Sie sich dieser Grunderkenntnis anschließen, so sollten Sie gleichzeitig auch Mittel und Wege finden, um sich selbst in Frage zu stellen. Überprüfen Sie einmal Ihre eigenen Aussagen. Denn nichts kann den Kunden mehr verletzen, als Ihre negativen Äußerungen!

Nachfolgend 12 Gesprächskiller im Verkaufsgespräch, die ich Ihnen anhand der typischen Äußerung eines Einkäufers demonstrieren möchte.

Der Einkäufer sagt: „Dieses Produkt ist mir viel zu teuer.“

Sie antworten mit der

## **1. Ich-Methode**

„Ich möchte Ihnen folgende Vorteile dieses Gerätes nennen ....“

oder:

„Ich kann von meiner Warte Folgendes ....“

Bewertung: Der Einkäufer möchte jetzt keine Vorteile von Ihnen genannt bekommen, sondern Sie sollten konkret auf einen Einwand „zu teuer“ eingehen. Sie haben hier den ersten Schritt zu einem negativen Verlauf des Verkaufsgesprächs unternommen.

Lösung: Weg vom „Ich“ zum „Sie-Standpunkt“:

„Sie haben folgenden Vorteil bei diesem Gerät . . .“

„Für Ihre Zwecke empfehle ich . . .“

## **2. Verallgemeinerungs-Methode**

„Die Preiserhöhung ist auch von allen anderen Wettbewerben vorgenommen worden.“

oder:

„Es ist eine allgemeine Tendenz ....“

Bewertung: Vorsicht vor Verallgemeinerungen! Das ist für den Kunden völlig uninteressant. Hinzu kommen die negativen Äußerungen gegenüber den Wettbewerbern, die bestimmt nicht die gewünschte Wirkung erzielen. Im Gegenteil ....

## **3. Phrasen-Methode**

„Qualität hat seinen Preis.“

oder:

„Dieses Produkt ist echt seinen Preis wert ....“

Bewertung: Gewagte Äußerungen, da sehr oft mit diesen Sätzen (besser: mit diesen Floskeln) gearbeitet wird. Lassen Sie sich etwas Besseres einfallen. Auch der Einkäufer muss seine Preise im eigenen Unternehmen vertreten und sehr oft verteidigen. Auch die vom Verkäufer eingesetzten Modewörter wie „echt“, „Spitze“ und „kein Thema“ ermüden nur.

## **4. Ablenk-Methode**

„Wie finden Sie eigentlich die Oberfläche dieses Produkts?“

oder:

„Wie waren Sie mit Ihrer großartigen Ausstellung zufrieden?“

Bewertung: Eine recht gefährliche Methode, denn jeder Gesprächspartner – und erst recht ein versierter Einkäufer – erwartet natürlich eine präzise Antwort auf seine Feststellung bezüglich des hohen Preises. Der Einkäufer merkt bestimmt, dass Sie ihn ablenken wollen.

## **5. Erhobener-Zeigefinder-Methode**

„Das müssten Sie doch eigentlich wissen, dass hier ....“

oder:

„Sie als Praktiker wissen doch längst, dass ....“

Bewertung: Eine sehr negative Methode. Sie bauen hier ein Lehrer-Schüler-Verhältnis auf. Wer lässt sich denn noch als Erwachsener gern in die Schüler-Rolle drängen?

## **6. Humor-Methode**

„Wenn Sie sich überlegen, was heute ein halbes Pfund Butter oder ein Panzer kostet, so ist doch unser Produkt ....“

oder:

„Wir werden nie wieder so günstig ....“

Bewertung: Diese Sätze sind überzogen! Was für Ihren Gesprächspartner ein ernstes Problem ist, darf nicht von Ihnen in dieser Form bagatellisiert werden. Wie oft nehmen wir die Einwände unseres Kunden nicht ernst und bringen damit unser Verkaufsgespräch in eine Sackgasse.

## **7. Minus-Methode**

„Das sehen Sie falsch, Herr Kunde ....“

oder:

„So können Sie das nicht sagen ....“

Bewertung: Alles was Sie jetzt sagen wird wenig nützen.

Allzu oft schalten wir in unseren Gesprächen weitere Minus-Formulierungen vor:

„Das sehe ich ganz anders ....“

„Da haben Sie mich völlig falsch verstanden ....“

Haben wir es nötig, den Einkäufer so vor den Kopf zu stoßen? Äußern Sie doch n u r Ihre Meinung. Oder sagen Sie:

„Meine Meinung ist . . . „

„Da habe ich mich falsch ausgedrückt.“

Dann wird auch der Kunde oder jeder andere Gesprächspartner feststellen, dass Sie nicht seiner Meinung sind. Ein häufiger Fehler, der uns allen nur allzu oft unterläuft.

### **8. Autoritäts-Methode**

„Dr. Meier kann Ihnen bestätigen, dass unser Produkt ....“

oder:

„Auch von den führenden Herstellern ....“

Bewertung: Das ist ein sehr gefährliches Eis, auf das Sie sich hier begeben! Nur selten werden andere Persönlichkeiten akzeptiert. Sichern Sie sich hier vorher gut ab, ob die von Ihnen genannte Person überhaupt von Ihrem Kunden akzeptiert wird. Ihre Äußerung kann sonst das vorzeitige Ende des Verkaufsgesprächs signalisieren.

### **9. Keine-Zeit-Methode**

„Ich möchte nun zum eigentlichen Kern der Sache kommen ....“

oder: „Lassen Sie mich abkürzen ....“

Bewertung: Gleich drei negative Methoden werden hier eingesetzt:

- a. Sie belehren den Einkäufer mit diesem Satz.
- b. Sie versuchen, den Einkäufer abzulenken. Hinzu kommt, dass Sie ihn in ein Schema pressen wollen.
- c. Sie deuten an, dass Sie in Zeitnot sind und möglichst schnell zum Schluss (noch besser zum Abschluss) kommen möchten.

### **10. Dauerredner-Methode**

„Diese Frage nach dem zu hohen Preis ist nicht leicht zu beantworten. So haben wir in den letzten fünf Jahren...“ (und weitere langatmige Ausführungen).

Bewertung: Der Einkäufer langweilt sich. Er hat zusätzlich das Gefühl, dass Sie sich durch die überzogene Redezeit rechtfertigen müssen.

### **11. Kompetenz-Methode**

„Das gehört nicht zu Ihren Aufgaben ....“

oder:

„Das können Sie nicht wissen ....“

Bewertung: Selbst wenn diese Äußerung stimmen würde, so ist sie völlig fehl am Platz! Wer Ihnen nicht nützen kann, ist meist noch stark genug, um Ihnen zu schaden.

### **12. Gegenfrage-Methode**

„Was verstehen Sie unter zu teuer?“

Bewertung: Hier kommt es auf den Tonfall an. Diese Methode wird – bei abwertendem Tonfall – zu keinem Erfolg im Verkaufsgespräch führen. Sehr gut ist die höfliche Frage:

„Womit vergleichen Sie diesen Preis?“\*)

Wenn Sie nun alle 12 Methoden gelesen haben, werden Sie bestimmt die eine oder andere negative Methode entdecken, die Sie im Verkaufsgespräch bisher angewandt haben. Streichen Sie diese sofort aus Ihrem Wortschatz und Sie werden – kombiniert mit weiteren Verkaufstechniken aus meinem Buch „Einfach besser verkaufen“ – größere Verkaufserfolge erzielen. Wichtig: Einen Supermann – der keinen der Gesprächskiller verwendet – habe ich bei den von mir trainierten – mehr als 500.000 Teilnehmern – noch nicht kennen gelernt! Zum Trost für alle, die jetzt an sich selbst zweifeln.

\*) Wenn Sie weitere Tipps haben möchten, so fordern Sie bitte den Aufsatz „Die 20 Methoden der Preisargumentation“ an: MIR, Postfach 13 03, 38655 Bad Harzburg, Telefon 05322/96720, Internet: [www.ruhleder.de](http://www.ruhleder.de), E-Mail: [info@ruhleder.de](mailto:info@ruhleder.de)

*Autor: Rolf H. Ruhleder, Geschäftsführer Management Institut Ruhleder*

[http://finanzwelt.de/wp-content/uploads/Checkliste\\_Misserfolg\\_garantiert.pdf](http://finanzwelt.de/wp-content/uploads/Checkliste_Misserfolg_garantiert.pdf)