



## „Verkaufen heißt:

### **Menschen helfen, die richtige Entscheidung zu treffen“**

Veronika Vehr ist die geborene Vertrieblerin. Erst machte sie bei Karstadt Karriere im Bereich Personalentwicklung und Verkauf. Dann wagte sie den Schritt in die Selbstständigkeit, als Trainerin für Führung und Vertrieb.

Ihr Motto: Freude am Erfolg. Wer, wenn nicht sie, könnte also wissen, worauf es beim Verkaufen ankommt?

#### Hier ihre Tipps

### **1 Innere Haltung**

Alles beginnt mit der eigenen Überzeugung. Denn jeglichem Verhalten liegen ein Wertesystem und ein innerer Dialog zugrunde. Meist ist uns das gar nicht so bewusst. Gerade in Deutschland ist Verkaufen negativ belegt, etwa damit, jemanden „über den Tisch zu ziehen“. Wer so denkt, sollte zunächst einmal mit diesem Vorurteil aufräumen und sich bewusst machen, dass professionelles Verkaufen bedeutet, anderen zu helfen, die richtige Entscheidung zu treffen. Denn Menschen wünschen sich Beratung dort, wo sie selbst keine oder wenig Kompetenz haben. Bestimmt kennen auch Sie genügend Beispiele, wo Sie als Kunde gern die Beratung eines Profis in Anspruch nehmen.

### **2 Emotionsebene vor Sachebene**

Die allermeisten Interessenten kommen in ein Geschäft oder nehmen Kontakt mit einem Dienstleister auf, weil sie einen Kaufwunsch haben. Geschickten Verkäufern und Verkäuferinnen gelingt es, im Gespräch durch kluge Bedarfsermittlung und aktives Zuhören herauszufinden, was die Interessenten möchten. Dann muss man selbst gar nicht so viel argumentieren, sondern kann durch Aufgreifen der Kaufargumente einfach die Menschen kaufen lassen. Dieses Geschick setzt Ruhe, Interesse an den (potenziellen) Käufern und Souveränität in der Kommunikation voraus.



## „Hinter einer Nachfrage zum Preis steckt in der Regel ein Kaufimpuls“

Veronika Vehr

### 3 Schmerzpunkte kennen

Nur wer zielführende Fragen stellt, gut beobachtet und dabei wirklich zuhört, der schafft eine vertrauensvolle Basis und signalisiert dem Gegenüber, dass es um sein / Ihr Anliegen geht. Wem es gelingt, Interessierte zum Reden zu bringen und herauszufiltern, wo der Schuh drückt, der erkennt den Schmerzpunkt und damit den Beweggrund für den Kauf.

### 4 Gegenwind nutzen

Einwände sind offene Fragen und signalisieren: Ich brauche noch weitere Entscheidungshilfe oder ich habe etwas noch nicht verstanden. Auf viele Verkäufer\*innen wirken Bedenken bedrohlich oder wie eine Ablehnung. Doch meist ist das Gegenteil der Fall. Denn wer sich traut, offen anzusprechen, was noch unklar ist, dem kann geholfen werden. Wem es also gelingt, souverän und wertschätzend zu antworten und dabei die Gesprächspartner mitzunehmen, der wird souverän und leicht mit Gegenwind umgehen und auch ein NEIN akzeptieren.

### 5 Die Preisfrage

Wenn es um Preise geht, gehen viele Berater und Verkäufer von ihrem eigenen Geldbeutel bzw. ihrer eigenen Investitionsbereitschaft aus. Dies kann fatale Folgen haben. Denn ist der Nutzen oder Vorteil für den Käufer groß genug, ist er auch bereit, den aufgerufenen Preis zu bezahlen. Eine Frage nach Bonus oder Rabatt bedeutet noch längst nicht, dass der Kunde den Preis nicht bezahlen möchte. Hinter einer Frage zum Preis steckt ja in der Regel ein Kaufimpuls. Wer da gut zuhört und die Kaufargumente kennt, der kann auch für den Preis argumentieren. Hier gibt es für die meisten Verkäufer viel zum Thema Mindset zu tun.

[www.veronikavehr.com](http://www.veronikavehr.com)



Was genau hält die leidenschaftliche Verkäuferin seit so vielen Jahren auf Erfolgskurs? Darüber sprach Veronika Vehr als Gast im econnects®-Podcast „Einsteigen und aufsteigen“.

**Gleich Reinhören!**