



## Einwandbehandlung

---

Herzlichen Dank an Lieven Schwarz für seine Hilfe bei der Erstellung dieses Leitfadens!

Stand: 10.2016

## Gute Verkäufer freuen sich über Einwände...

- weil Kunden, die Einwände haben, gesprächsbereit sind.
- weil Einwände eine Gesprächsgrundlage bieten.
- weil Einwände als Leitfaden für die Gesprächsführung dienen.
- weil Einwände für den Verkäufer eine Chance sind.

Dieser Leitfaden zur Einwandbehandlung soll Ihnen als Hilfestellung dienen, damit Sie die Signale, die Ihnen der Kunde gibt, richtig verstehen.

## Dieser Leitfaden hilft Ihnen, um

- den Einwand des Kunden zu entkräften,
- vielseitig und spontan argumentieren zu können,
- Einwände von Vorwänden zu unterscheiden
- sicher und souverän beim Kunden aufzutreten
- schneller Kaufsignale zu erkennen

## Der erfolgreiche Entscheidungsprozess des Kunden wird durch Einwände gefördert

Beim Gespräch mit einem Kunden müssen wir als Verkäufer mit Einwänden unseres Gesprächspartners rechnen. Diese sind die Basis für einen öffnenden Dialog und bieten gleichzeitig eine Reihe von Anhaltspunkten, wie und worüber der Kunde informiert werden will.

Einwände sind kein persönlicher Angriff auf den Verkäufer, sie bieten eher die Chance für ein erfolgreiches Verkaufsgespräch

## Einwände können auch Kaufsignale sein!

Kaufsignale können Sie z.B. an Fragen erkennen, die sich auf den Vertrag beziehen oder in die Zukunft gerichtet sind.

Beispiele hierfür sind:

- Wie funktioniert der Wechsel?
- Wie hoch sind die monatlichen Abschlagszahlungen?
- Sind Sie bei Problemen auch mein Ansprechpartner?

## Der Kunde hat Gründe für seinen Einwand

Der Kunde bringt einen Einwand nicht einfach aus einer Laune heraus. Die Gründe hierfür können vielfältig sein. Für uns, als Verkäufer, kommt es darauf an, die Gründe sichtbar zu machen, damit wir darauf reagieren können. Erst wenn wir das Motiv, die Ursachen für die Zurückhaltung kennen, können wir sie entkräften.

## Wodurch entstehen Einwände?

Einwände entstehen, wenn der Kunde:

- seinen Nutzen nicht erkennt,
- kein Vertrauen zum Verkäufer oder zum Anbieter hat,
- Angst oder Bedenken hat, übervorteilt zu werden,
- der Argumentation des Verkäufers nicht folgen kann

## Einwand ist nicht gleich Einwand

Eine erfolgreiche Gesprächsführung setzt voraus, dass der Verkäufer schnell und treffend erkennt, welche Argumente des Kunden tatsächlich Einwände und welche nur scheinbar Einwände (Vorwände) sind.

Einwand oder Vorwand?

Einwände beziehen sich auf die jeweilige Situation. Sie sind sachlich oder persönlich begründet und vom Kunden ernst gemeint.

Vorwände sind allgemein gehalten und werden vom Kunden vorgeschoben, um die Ablehnungsgründe zu verbergen. Auch hinter Vorwänden können sich echte Einwände verbergen. Nur wenn wir die wahren Ablehnungsgründe kennen, können wir diese im Interesse des Kunden entkräften.

## Einwandbehandlung

Kundeneinwände sind Richtungsweiser auf dem Weg zu den Wünschen des Kunden. Folgen Sie ihnen auf dem Weg zum Erfolg.

### 1. Hören Sie genau zu, was der Kunde sagt, und nehmen Sie ihn ernst!

Das signalisieren Sie durch:

- Halten des Blickkontaktes
- Kopfnicken
- Eventuell Notizen machen

### 2. Zeigen Sie Verständnis!

Durch allgemeine Äußerungen:

- Das verstehe ich...
- Gut, dass Sie diesen Punkt ansprechen...
- Ich verstehe Ihren Standpunkt / Ihre Bedenken
- Danke, dass Sie mir Gelegenheit geben, alle Unklarheiten auszuräumen.
- Verstehe ich Sie richtig, dass...

### 3. Stellen Sie Fragen, um den richtigen Einwand herauszufinden!

- Welche Fragen haben Sie hierzu noch Herr/Frau...?
- Wie im Einzelnen meinen Sie das, Herr/Frau...?
- Welche Bedenken haben Sie konkret, Herr/Frau...?
- Welche Punkte sind für Ihre Entscheidung besonders wichtig, Herr/Frau...?

### 4. Zeigen Sie Ihrem Kunden Lösungsmöglichkeiten auf!

- -Nehmen Sie Bezug auf die Kaufmotive des Kunden!
- Wählen Sie eine kundenorientierte Ansprache!
- Stellen Sie den Nutzen für den Kunden in den Vordergrund!

## Einwandkatalog und der Umgang mit ihm

Der Verkaufserfolg hängt in großen Maße von der Gesprächsvorbereitung ab. Erfolgreiche Verkäufer haben sich deshalb einen Einwandkatalog erarbeitet. Natürlich ist die kein einmaliger Vorgang. Der Katalog lebt von unseren Erkenntnissen und Erfahrungen, auch wenn sich viele Einwände wiederholen werden, gibt es doch von Kunde zu Kunde Modifikationen. Außerdem gilt: „Gutes kann man immer noch

besser machen“, dies bedeutet, auch der Einwandkatalog kann und sollte immer wieder verbessert, optimiert, ergänzt und erweitert werden.

## Einwandkatalog

Der nachfolgende Katalog erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Wir haben die Auswahl auf die gebräuchlichsten Einwände zum Termin- und Verkaufsgespräch konzentriert.

### Kundeneinwände

#### Ich habe keine Zeit!

### Verkäuferreaktion

Das kann ich verstehen, ich bin ja auch nicht bei Ihnen angemeldet. Heute geht es auch nur darum, einen Termin zu vereinbaren, an dem ich Ihnen meine Dienstleistung und vor allem Ihren Nutzen aufzeigen kann. Wann passt es Ihnen besser, am ... oder am....

Dafür habe ich Verständnis Herr/Frau..., Zeit ist knapp, aus diesem Grund bin ich heute hier, um mit Ihnen einen passenden Termin zu vereinbaren. Wann ist Ihnen unser Gespräch lieber, am.... oder am...

Wenn ich Sie richtig verstehe, dann fragen Sie sich, ob es sinnvoll ist, Zeit in unser Gespräch zu investieren. Das ist ganz einfach, für die Vorinformation brauchen wir nicht länger als 8 Minuten, dann entscheiden Sie, ob wir das Gespräch fortsetzen oder einfach beenden. Wann passt es Ihnen besser, am... oder am....

#### Kein Interesse...

Das habe ich auch nicht erwartet. Interessieren können Sie sich ja erst für Dinge, die Sie geprüft haben. Prüfen Sie daher meine Dienstleistung/Angebot und entscheiden Sie dann, ob Sie einen Nutzen daraus ziehen. Passt es Ihnen besser am... oder am...

Herr/Frau..., es gibt zwei Zeitpunkte, zu denen man sagen kann, dass man kein Interesse hat. Erstens: Vor der Information und zweitens: nach der Information.

Deswegen eine Frage Herr/Frau..: Was verlieren Sie, wenn Sie sich meine Information anhören?

Da Sie meine Dienstleistung noch nicht kennen, kann ich verstehen, dass Sie noch kein Interesse haben. Herr/ Frau...wir haben festgestellt, dass in Ihrer Region im Durchschnitt EUR 100,- - 500,- für Strom und Gas zu viel gezahlt wird. Wie interessant wäre es für Sie unverbindlich prüfen zu lassen, wieviel Sie zu viel bezahlen? Ich bin mir sicher, dass auch Sie nicht für eine Dienstleistung zu viel bezahlen wollen, die es am Markt günstiger und zu besseren Bedingungen gibt.

Herr/Frau... Strom ist Strom, Gas ist Gas, warum zu viel bezahlen? Was spricht dagegen...

**Sie wollen mir nur etwas verkaufen!** Herr/Frau..., ob Sie etwas kaufen oder nicht, diese Entscheidung können nur Sie selber treffen. In unserem Gespräch geht es um Informationen zu Ihrem aktuellen Energiekostenstatus und um Möglichkeiten, wie Sie das, was Sie sowie täglich nutzen kostengünstiger beziehen können. Wann passt es Ihnen besser am... oder am...

In unserem Gespräch geht es um Informationen zu Ihrem aktuellen Energiekostenstatus und um Möglichkeiten, wie Sie das, was Sie sowieso täglich nutzen kostengünstiger beziehen können. Wann passt es Ihnen besser am... oder am...

**Schicken Sie mir ein Angebot**

Herr/Frau... das würde ich gerne machen. Ein persönliches und auf Sie zugeschnittenes Angebot kann für Sie allerdings nur erstellen, wenn ich Informationen zu Ihrer aktuellen Energieversorgungssituation habe. Aus diesem Grunde folgender Vorschlag: In einem kurzen ca. 15-minütigen Gespräch erörtern wir gemeinsam alle wichtigen Details und danach erstelle ich für Sie das passende Angebot. Wann passt es Ihnen besser am... oder am...

**Schlechte Erfahrungen gemacht**

Gut, dass Sie das so offen ansprechen. Gerade aus diesem Grund sollten wir miteinander sprechen. In unserem Gespräch werden wir alle Details erörtern, die für Sie wichtig sind und ich werde Ihnen aufzeigen, dass ich für Sie der richtige Ansprechpartner bei Energiefragen bin. Wann passt es Ihnen besser am... oder am...

**Das macht meine Frau/Mann**

Ich verstehe sehr gut, dass Sie nicht alleine entscheiden wollen und Ihren Gatten/Ihre Gattin hinzuziehen wollen. Wann können wir dieses gemeinsame Gespräch führen?

**Ich bin zufrieden**

Herr/Frau..., das freut mich und das soll natürlich so bleiben. Wie wäre es für Sie, wenn Sie weiterhin zufrieden bleiben und trotzdem weniger zahlen?

**Ich habe schon einen Berater**

Das ist ausgezeichnet. Welches Risiko gehen Sie ein, wenn Sie sich einmal über mein Angebot informieren? Einerseits stellen Sie vielleicht fest, dass Sie bereits einen Top-Tarif haben. Bestenfalls könnte es aber auch sein, dass Sie gegenüber Ihrem jetzigen Tarif nochmals Ihre Energiekosten reduzieren können.

**Sie sind schon der /die Dritte...**

Herr/Frau..., Ihr Vorteil aus unserem Gespräch ist, dass Sie dann mehrere Angebote gehört haben und viel wichtiger: Sie haben dann nicht nur Preise verglichen, sondern auch die Dienstleistungen, die nach einem Vertragsabschluss für Sie von Nutzen sind und können somit entscheiden, wer für Sie der richtige Berater ist.

Sehen Sie wie wichtig das Thema ist? Und gerade ich als Energieberater finde es als meine Pflicht Ihnen aufzuzeigen, was Sie Monat für Monat an Kosten zu viel bezahlen, in Ihrer Region sind es teilweise über 1000,- EUR. Was spricht aus Ihrer Sicht dagegen

für sich zu prüfen, welches Einsparpotential Sie für sich nutzen können?

Das muss ich mir noch einmal überlegen.

Das ist eine vernünftige Einstellung. Herr/Frau... Überlegen heißt alle Vorteile und Bedenken sorgfältig gegeneinander abzuwägen. Fassen wir doch zunächst alle wesentlichen Vorteile für Sie zusammen...

Die Laufzeit ist mir zulange.

Herr/Frau, wenn ich Sie richtig verstehe, sehen die Länge der Laufzeit eher als Nachteil als Vorteil für Sie an. Herr/Frau... dann ist es mir leider noch nicht gelungen Ihnen Ihren Vorteil der Preisgarantie über die Länge der Laufzeit genau darzustellen, denn gerade in der Laufzeit liegen für Sie mehrere Vorteile.

➔ 3- Klang -Argumentation Preisgarantie