

BB-Serie »Erfolgstipps von Günter Schmitz«

Was erwartet ein Kunde, der eine Ausstellung betritt? Dass er freundlich begrüßt wird, sich wohl fühlt und er fachkompetent beraten wird. Der erste Teil kann durch eine freundliche Empfangsperson erlebbar gemacht werden. Leider ist es noch viel zu oft anzutreffen, dass sich der Kunde zunächst alleine vorkommt, bis ihn ein Mitarbeiter der Ausstellung wahrnimmt und mehr oder minder freundlich auf ihn zugeht. Ob das nun die richtige Person ist, dem der Kunde auch sein Vertrauen schenkt, hängt oft vom Zufall ab. Die Gefahr ist zu groß, dass ein potentieller Kunde die Ausstellung wieder unversichteter Dinge verlässt.

Der erste Kontakt entscheidet



Direkt am Eingang werden die Kunden von einem Verkaufs-Teamleiter persönlich empfangen.

Foto: Coplaning

Hat es sich in diesem Fall um einen kaufkräftigen Kunden gehandelt, wird schnell klar, wie viel entgangener Umsatz die Ausstellung wieder verlassen hat. Gerade am Anfang ist es so unheimlich wichtig, dass Kunden direkt und freundlich begrüßt werden und direkt mit einer kompetenten und für ihn passenden Person zur weiteren Beratung in Kontakt gebracht werden. Dessen Aufgabe ist es am Anfang herauszufinden, ob es sich um einen sog. A-, B- oder C-Kunden handelt.

C-Kunden sind für das jeweilige Unternehmen nicht die richtigen Kunden, da sie beispielsweise beim x-ten Unternehmen nach einem Preis fragen. Wesentlich interessanter sind da schon die A- oder B-Kunden.

Auch wir haben in der Vergangenheit hin und wieder den Fehler gemacht, dass ein A-Kunde von einem relativ neuen, noch nicht ganz so erfahrenen Verkäufer beraten wurde, weil dieser an diesem Tag zufällig Ausstellungsdienst hatte und gerufen wurde, wenn der Kunde in die Ausstellung kam. Die Verkäufersteuerung über solch einen Ausstellungsdienst ist zwar schon eine wichtige und gute

Sache. Doch sie schützt nicht davor, dass auch mal ein A-Kunde aufgrund persönlicher und fachkundiger Unerfahrenheit eines Jungverkäufers gleich zu Beginn

verloren wurde. Ein enttäuschter A-Kunde ist zudem nicht sehr imagefördernd.

In den richtigen Händen

Aus diesen Fehlern haben wir gelernt und haben es bei Coplaning so organisiert, dass jeder Kunde freundlich und professionell durch eine Empfangsperson begrüßt wird. Ein kurzer Smalltalk lässt den Kunden ankommen und Vertrauen wird aufgebaut. Die Empfangs-

person macht den Kunden mit einem Verkäufer bekannt, der ebenfalls direkt neben dem Eingang am sog. Chefpunkt sitzt.

Bei diesem Verkäufer handelt es sich um einen A-Verkäufer. Jemand also, der über sehr viel Erfahrung im Umgang mit Menschen, aber auch über tiefe Fachkenntnisse verfügt.

Er führt das erste Gespräch und findet heraus, ob der Kunde »nur mal schauen« möchte oder ob und wie viel Potenzial in ihm steckt.

Dieser A-Verkäufer ist Kopf eines kleinen Verkäuferteams, das sich selbst steuert und führt.

Dieses Team arbeitet Hand in Hand. Jeder betreut zwar seine Kunden von A-Z, doch die Anfragen werden untereinander so zugeordnet, wie es von der Persönlichkeit und von der zeitlichen Kapazität her am besten passt.

Der A-Verkäufer kann also entscheiden, ob er den Kunden selbst bedient, an einen seiner Teampartner weitergibt oder aufgrund ein paar Bedarfsfragen das wahre Interesse herausfindet und gegebenenfalls absagt.

Anzeige

Jetzt auch mit 6 mm Außenwandstärke
www.kunststoff-rohlinge.de
U. P. R. Fensterwerk GmbH & Co. KG
Telefon: 0531/21 09 50, Fax: 0531/210 95 95

Der Autor

Günter Schmitz ist Inhaber und Geschäftsführer von Coplaning, einem großen Bauelemente-Handelsunternehmen in Luxemburg. Der Erfolgstrainer gibt sein Wissen und seine Erfolgsrezepte in seiner Erfolgsakademie an andere Handwerks- und Dienstleistungsunternehmen weiter.

Weitere Informationen unter www.coplaning.lu.

Während wir diese Verkaufsorganisation auf insgesamt 6 Verkaufsteams aufgeteilt haben und somit ein A-Verkäufer täglich abwechselnd neben dem Empfang am sog. Chef-Point arbeitet, ist diese Organisationsform genau so gut für weniger Verkäufer umsetzbar.

Die Hauptsache ist, dass ein Verkäufer – idealerweise der Beste – direkt vorne am Empfang sitzt und die Erstbedarfserfassung übernimmt.

Diese Organisationsform fördert nicht nur eine wesentlich höhere Abschlussquote, auch der Kunde ist eher begeistert und trifft gleich zu Beginn auf freundliche und fachkompetente Personen.