

Die Einstellung für den Abschluss

Für die Abschlussphase besonders wichtig sind:

- 1.** Auseinandersetzung nicht scheuen
- 2.** Spannung aushalten können
- 3.** Klarheit suchen
- 4.** Ahnungen durch Aussagen und Hoffnungen durch Wissen ersetzen wollen
- 5.** Harmoniesucht aufgeben
- 6.** Mut haben, klare Entscheidungen zu fordern
- 7.** ein Nein zu Ihrem Produkt nicht als Nein zu Ihrer Person zu verstehen (es wäre sonst der sicherste Weg, sich vor Entscheidungsfragen zu drücken)
- 8.** sich nicht mit Unverbindlichem vertrösten lassen

Was ist in der Abschlussphase wichtig?

Ihre Einstellung bestimmt Ihr Verständnis von Verkauf und Abschluss. Vergleichen Sie Ihre Ansicht von Verkauf mit dieser:

Was ist Verkauf?

Aktiv verkaufen heißt, die Entscheidung des Kunden bewusst und gezielt zu beeinflussen.

Und nun vergleichen Sie Ihre Ansicht von Abschluss mit dieser:

Was ist Abschluss?

Der Abschluss ist eine eigene Gesprächsphase, die zu verbindlichen Vereinbarungen führt.

Die Verkäuferin und der Verkäufer handeln in dem Bewusstsein, am Zustandekommen einer Entscheidung und an der Qualität dieser Entscheidung den wesentlichen Anteil zu haben. Dabei respektieren sie die Wünsche des Kunden, ohne sie blind zu akzeptieren, wenn sie im Widerspruch zu den eigenen Interessen stehen.

Ein Abschluss ist kein Abschluss

Abschlüsse sind eigene Gesprächsphasen Es wäre ein Missverständnis zu meinen, beim Abschluss sei es mit der Entscheidungsfrage und der Zustimmung des Kunden getan. Es geht vielmehr um verbindliche Vereinbarungen auf allen Stufen einer Kundenbeziehung, gerade auch dort, wo Sie noch um persönliche Akzeptanz oder Interesse an Ihrem Produkt ringen – oder nach den ersten Aufträgen einen Ausbau der Geschäftsbeziehung anstreben.

Abschlüsse markieren Etappen, nicht das Ende Der jeweilige Abschluss ist nie ein Endpunkt, sondern immer eine vereinbarte Etappe in einer Geschäftsbeziehung. Hit-and-run-Geschäfte können Sie sich schon deshalb nicht leisten, weil vielleicht Sie selbst vor getäuschten Kunden weglaufen könnten – nicht aber Ihr Unternehmen. Sie sollten sich also so verhalten, dass Sie noch einmal wiederkommen können.

Merke: Abschließen heißt vor allem, sich auf eine Gesprächssequenz mit eigenen Verhaltensmustern und Besonderheiten einlassen – und dann ganz gezielt vorgehen!