

Die Lust zum Handeln entfachen

Nur die Wünsche der Kunden zu erfüllen, ist zuwenig, Herausfordern der Kunden ist angesagt. So gehört und erfahren im Seminar »Challenger Selling« von VBC.

»**DEN KUNDEN ZU** fordern setzt völlig neue Ansprüche an den Verkäufer. Genau darum geht es beim Challenger Selling«, erklärt uns der Trainer des erstmals stattfindenden Seminars von VBC: »Die 6 Schritte des Challengers«, 9 Teilnehmer aus Deutschland und Österreich möchten mehr darüber erfahren und nehmen an diesem 3-Tages-Seminar in Mödling teil.

Am 1. Tag lernen wir dieses neue System und die einzelnen Schritte, die es beinhaltet, kennen, während an Tag 2 und 3 praktisch geübt wird, um das Gelernte zu festigen. Somit kann es sofort am Tag danach im Verkaufsalldag angewendet werden.

»2011 kam das Buch »The Challenger Sale« von dem amerikanischen Beratungsunternehmen CEB auf den Markt und beschrieb erstmals diesen Ansatz, der auf einer Studie von 6000 Verkäufern beruht«, erzählt Alois Widena.

Ein Verkäufer, der diesen Ansatz beherzigt, bietet dem Kunden keine Standardlösung, sondern kennt den Kunden, seinen Markt, sein Umfeld und seine Bedürfnisse gut, fordert ihn heraus und präsentiert erst nach intensiven Gesprächen eine Lösung. Der Verkäufer hilft vielleicht so zu einer völlig neuen Lösung zu kommen, an die der Kunde noch gar nicht gedacht hat.

Im Seminar lernen wir die 5 verschiedenen Verkäufertypen kennen:

1. der Beziehungspfleger (Beziehung zum Kunden ist alles)
2. das Arbeitstier (viel arbeiten ist alles)
3. der Challenger (den Unterschied vermitteln ist alles)
4. der reaktive Problemlöser (Probleme lösen ist alles)
5. der einsame Wolf (mein Instinkt ist alles).

Laut der oben angeführten Studie sind unter den Beziehungspflegern 26% Durchschnittsverkäufer und nur 7% Top-Verkäufer. Beim Challenger-Typ jedoch sind 23% Durchschnittsverkäufer und 39% Top-Verkäufer. Der

Challenger Seller hat eine andere Sicht auf die Dinge und versteht das Geschäft des Kunden. Er hat Freude an der Diskussion und drängt darauf, weiter zu kommen. Er baut konstruktiv Spannung auf.

»Challenger vermitteln gewinnbringende Erkenntnisse, sie entfachen die Lust zum Handeln beim Kunden. In Kombination mit den Alleinstellungsmerkmalen und dem Lösungsangebot werden neue Perspektiven ersichtlich«, erklärt der Trainer.

Später erarbeiten wir genau die dafür wichtigen Punkte, also unser Alleinstellungsmerkmal, mögliche Fragen, die neue Perspektiven aufzeigen und wie Challenger Seller es schaffen, beim Kunden die Lust zum Handeln zu entfachen. Dabei wird schnell klar, dass das leichter gesagt als getan ist. Daher gibt es einige Gruppenübungen und viele Diskussionen, bevor wir es alle zumindest einmal theoretisch verstanden haben.

Unter »gewinnbringenden Erkenntnissen« versteht ein Challenger Seller kluge Ideen, die beim Kunden neu sind und möglicherweise zu mehr Umsatz bzw. Kostenreduktion führen. Ein Challenger vermehrt das Wissen des Kunden und präsentiert so dem Kunden maßgeschneiderte Lösungen. Das stellt somit einen großen Perspektivenwechsel im Verkauf dar – weg vom ewig grinsenden Verkäufer, der dem Kunden Honig ums Maul schmiert.

In 6 Schritten soll der gesamte Verkaufsprozess funktionieren: Gesprächseinstieg, neue Perspektive anteaern, Idee transportieren, Emotionalisierung, Lösungsgestaltung, Lösungsangebot.

Im Seminar erhalten alle Teilnehmer ein Erfolgsjournal mit Checklisten und einigen Selbstlerneinheiten. Im 4x4-Video-Training, die an Tag 2 und Tag 3 stattfanden, konnten die Teilnehmer sich selbst im Verkaufsgespräch beobachten und von erfahrenen Trainern Feedback erhalten. Das Ganze macht das Seminar rund und bietet eine gut durchdachte Didaktik. Das Seminar wird in Zukunft sowohl firmenintern als auch offen angeboten. □



Alois Widena

ist VBC-Partner
sowie Designer des
neuen Seminars
»Die 6 Schritte des
Challengers«.
www.vbc.biz