

A B G E V

Matthias Brankovic liebt Autos. Verkaufen kann er sie jedoch nicht. Obwohl sich seine Begeisterung für vier Räder schnell auf seine Kunden überträgt und seine technische Expertise geschätzt wird, reicht es doch in den meisten Fällen nicht für einen Abschluss. Der junge Verkäufer ist frustriert. Schon lange fehlt ihm ein Erfolgserlebnis.

Text: Ulrike Putz

Matthias Brankovic war immer gern zur Arbeit gegangen. Jeden Morgen lief er draußen an den Gebrauchtwagen und Vorführwagen vorbei und im Autohaus Slalom durch die Neuwagen. Behutsam strich er mal über die leuchtend rote Motorhaube des VW Beetle Cabrios, mal über die glänzend silberne des neuen VW Golfs. Er rückte die Informationsschilder des weißen Audis Q5 zurecht, zückte ein weiches Stofftuch und polierte die Fingerabdrücke aus dem schwarzen Lack des Audi A4. Zufrieden setzte er sich dann an seinen Schreibtisch weiter hinten direkt

im Schauroum und überblickte die strahlende Neuwagenflotte.

Als er vor einem Jahr als Verkäufer hier im Autohandel begonnen hatte, fühlte er sich an der Spitze seiner beruflichen Zufriedenheit. Er liebte Autos und er liebte es, zu verkaufen. Beides konnte er nun kombinieren. Gab es etwas Schöneres? Jeden Morgen war er wie ein Kind vor dem Weihnachtsbaum mit leuchtenden Augen vor den Autos gestanden und hatte sich darauf gefreut, für jedes von ihnen den richtigen Fahrer zu finden. Doch seit einiger Zeit war er nicht mehr ganz so zufrieden, ganz im Gegenteil, er war frustriert. Er schaffte es nicht, interessierte Kunden auch zum Kauf zu bewegen. Sie ließen sich beraten, er erklärte ihnen die technischen Raffinessen und machte mit ihnen eine Probefahrt. Jedes Mal, wenn sie sich zwar begeistert verabschiedeten, aber dann doch nicht kauften, hatte er mittlerweile das Gefühl, die funkelnden Wagen würden ihn verhöhnen.

Verlorene Liebesmüh

Seine Frustration wurde vor einigen Wochen noch größer, als er an einem Samstagvormittag beim Einkaufen Josef Rambach traf. Der ältere Mann war bei ihm im Autohaus gewesen. Er hatte einen Neuwagen gesucht: nichts Besonderes, einfach, ohne viel Schnickschnack, für die Fahrten mit seiner Frau zum Einkaufen oder zum Arzt. Matthias Brankovic hatte dem Pensionisten einen Skoda Fabia gezeigt. Josef Rambach hatte sich interessiert die Erklärungen des Verkäufers angehört und sich ausführlich beraten lassen. Er hatte eine Probefahrt gemacht und sich über die erhöhten Sitze gefreut, die ihm das Einsteigen erleichterten. Seine Frau wäre sicher begeistert von der Sitzheizung, hatte er lächelnd gemeint. Und schlussendlich hatten sie über den Preis verhandelt. Er war ein harter Verhandler und Matthias Brankovic war ihm entgegengekommen und hatte ihm ein gutes Angebot gemacht. Der Verkäufer war zufrieden mit dem Vormittag ge-

» **Leser:** Verkäufer, Vertriebler

» **Inhalt:** Wie kommt ein leidenschaftlicher Autoverkäufer zu mehr Abschlüssen?

» **Level:** ●●○○○



VÜRRGT

wesen und hatte den Abschluss schon so gut wie verbucht. Auch als sich Josef Rambach noch zu keiner Unterschrift durchringen konnte und zuerst noch mit seiner Frau über diese Entscheidung sprechen wollte, hatte Matthias Brankovic sich noch in der Sicherheit eines baldigen Geschäftsabschlusses gewöhnt. Doch den Rest der Woche hatte er von Josef Rambach nichts mehr gehört. Als er ihn am Samstag im Supermarkt traf, zeigte sich der Pensionist erfreut, ihn wieder zu sehen, ging einem näheren Gespräch jedoch aus dem Weg. Er wäre in Eile, hatte er gesagt, und war zur Kasse gehastet. Als er das Geschäft verließ, sah ihm Matthias Brankovic durch die großen Schaufenster nach, wie er in seinem neuen roten Skoda Fabia die Einkäufe verstaute und davonfuhr. Er hatte also woanders gekauft.

Ein Lichtblick?

Das ganze Wochenende war ihm diese Geschichte im Magen gelegen. Bei Josef Rambach hatte er ein so gutes Gefühl

gehabt. Wieso hatte er doch nicht bei ihm gekauft? Er glaubte nicht, dass es am Preis lag, denn der war gut gewesen. Noch am Montag darauf beschäftigte er sich mit dieser Frage, musste die Sache aber ruhen lassen, als er einen neuen Kunden hatte. Julian Moorbach, jung, gut aussehend, sportlich, elegant, suchte nach einem neuen Auto, das zu ihm passte. Matthias Brankovic zeigte ihm den ausgestellten, schwarzen Audi A4 und empfahl die Sportvariante. Bequem in den Ledersitzen sitzend und umgeben vom typischen Neuwagengeruch erklärte der Verkäufer, was die Sportvariante alles zusätzlich zu bieten hatte. Schnell vertieften sich die beiden jungen Männer in technisches Fachgespräch. Matthias Brankovic wusste bestens Bescheid, hatte er doch eine Mechanikerlehre absolviert, währenddessen er sein Talent und seine Liebe zum Verkauf entdeckt hatte. Seine Kunden schätzten diese Expertise und auch seine gute Menschenkenntnis. Alle, die bei ihm bis heute gekauft hatten, waren mit seiner Beratung und Empfehlung zufrieden

gewesen. Er fand für jeden das passende Auto. Auch Julian Moorbach war zufrieden. Gemeinsam unternahmen sie eine ausgedehnte Probefahrt, bei der sie näher ins Gespräch kamen. Sie plauderten über Autos, wie sehr sie sich über „Sonntagsfahrer“ ärgerten und über das letzte Derby. Sie verstanden sich prächtig – waren sogar Fan des gleichen Fußballvereins – und Julian Moorbach schien den Audi zu lieben. Doch auch er kaufte nicht gleich. Das taten jedoch die wenigsten seiner Kunden und darum wunderte sich Matthias Brankovic auch diesmal nicht sonderlich darüber. Er hatte die Visitenkarten von Julian Moorbach und dessen Handynummer.

Frustrierende Erkenntnis

Die Woche verging und Matthias Brankovic hatte noch einige weitere Interessenten und sogar einen Kunden, der am Freitag einen Gebrauchtwagen kaufte. Sein Auto war am Tag zuvor nicht mehr angesprungen und die Werkstatt hatte ihm mitgeteilt, dass die Reparatur mehr ▶

kosten würde, als er nun für den Gebrauchten bezahlt hatte. Trotz des Abschlusses startete er nicht zufrieden ins Wochenende. Julian Moorbach hatte sich noch nicht wieder gemeldet.

Als er ihn am Montagmorgen anrief, schien der junge Mann verlegen. Auf den Audi A4 angesprochen, erklärte er: „Ja, tolles Auto, ich hab’ mich richtig verliebt in das Teil. Ich muss Ihnen sagen, zufällig hab ich die Sportvariante

bei einem Händler in der Innenstadt gesehen. Der hat mir einen guten Preis für den Vorfürswagen gemacht und ich konnte ihn am nächsten Tag abholen. Aber danke für die tolle Beratung, Sie verstehen wirklich was von Autos!“

Obwohl ihm das Kompliment schmeichelte, traf ihn das offene Geständnis, dass Julian Moorbach bereits woanders gekauft hatte, wie ein Schlag in den Magen. Wieder war er sich so

sicher gewesen und wieder war ihm das Geschäft durch die Finger geronnen. Er hatte doch alles richtig gemacht. Es war das perfekte Auto für den Kunden gewesen, er hatte ihn gut beraten und ihm einen fairen Preis gemacht. Auch eine rasche Lieferung konnte er garantieren. Er grübelte noch einige Zeit über den verlorenen Abschluss, dann zog er seine Angebotsmappe hervor und suchte sich die Interessenten der letzten

SO ENTSCIEDEN UNSERE EXPERTEN AUS DER PRAXIS:



Franz Mayerhofer
BMW Wien Heiligenstadt

Matthias Brankovic, der durch seine Ausbildung viel technisches Wissen hat, sollte darauf achten, die Kunden nicht „zu Tode zu beraten“. Dies passiert sehr leicht, wenn man keinen strukturierten Ablauf für das Verkaufsgespräch hat und den Kunden nur unzureichend durch den Verkaufsprozess führt. Der Verkäufer wird dann schnell zu einem Prospekt mit Puls, der Fragen beantwortet aber keine stellt. Gezielte Fragen sind jedoch das Um und Auf in einem Verkaufsprozess. Sie ermöglichen dem Verkäufer, das Motiv des Kunden zu verstehen, warum er/sie einen neuen Wagen erwerben will und vor allem, wann der Wagen gekauft werden soll. Je mehr Hintergrundwissen ein Verkäufer sammeln kann, desto präziser kann er sich auf sein Gegenüber einstellen. Kennt man als Verkäufer Motiv, Zeitpunkt und die Bedingung zur Unterzeichnung, steht einem positiven Abschluss nichts im Weg. Nur soweit muss es erstmals kommen.

Die Preisverhandlung: ein geliebtes Thema in unserer Branche. Manche Verkäufer freuen sich mehr als andere, wenn es darum geht, den Preis für ihr Produkt zu verteidigen. Das Rabattfeilschen wurde mittlerweile zum Volkssport beim Autokauf, sodass viele Interessenten gleich damit beginnen wollen, bevor sie überhaupt wissen, was und wann sie kaufen wollen. Deshalb ist es umso wichtiger, als Verkäufer die Rahmenbedingungen vor der Preisverhandlung mit dem Interessenten zu

klären. Erst dann hat man als Verkäufer die Chance auf einen Abschluss bei Preis-Einigung.

Hätte Herr Brankovic jedoch Josef Rambach gefragt, ob er den Kauf alleine entscheidet, oder ob er vorab noch mit seiner Frau sprechen will/muss, bzw. ob Herr Rambach den Vertrag, bei positivem Ausgang der Preisverhandlung, sofort unterzeichnen würde, hätte Herr Brankovic gewusst, wie er reagieren muss. Denn will bzw. kann der Kunde den Vertrag nicht sofort unterschreiben, ist eine Preisverhandlung überflüssig und nicht ratsam, denn dann passiert das, was Hr. Brankovic passiert ist – der Kunde kennt den Preis, hat alle für ihn notwendigen Informationen und unterschreibt bei einem anderen Händler, der vielleicht nicht einmal günstiger ist, aber als Zweitanbieter den Vorteil hat, den Kunden in dem Angebot zu bestätigen. Hätte Herr Brankovic den Preis offen gelassen, wäre Herr Rambach sicher noch einmal zu ihm gekommen und die Chance auf einen Abschluss hätte sich erhöht.

Zum Abschluss kann ich Hr. Brankovic raten, an den Interessenten dran zu bleiben und die Motivation und Freude am Job nicht zu verlieren. Hochs und Tiefs sind normal und gehören zum Job. Jedoch gerade dieses Auf und Ab macht den Beruf des Verkäufers so spannend und interessant. Und das positive Feedback der Kunden motiviert für neue Abschlüsse!

paar Wochen heraus. Seine Abschlussquote war nicht gerade berauschend. Jetzt wollte er es wissen. Er rief nach und nach alle Interessenten an und fragte, ob sie sich schon entschieden hätten. Von einigen hörte er, dass sie sich den Autokauf doch anders überlegt hatten, doch die meisten hatten nun ein neues Auto. Sogar das Modell, das er ihnen empfohlen hatte, doch gekauft hatten sie bei den unterschiedlichsten

Händlern, nur nicht bei ihm. Warum? Da gab es viele Gründe, doch keinen, der Matthias Brankovic zufriedenstellte und eine ausreichende Erklärung lieferte. Das brachte ihn nicht weiter. Doch er wusste, so konnte er nicht weitermachen. Nicht nur, dass sein Chef wahrscheinlich bald Druck machen würde. Er selbst war frustriert, nach dem geplatzten Abschluss mit Julian Moorbach sogar verzweifelt. Was

sollte er tun? Sollte er weniger beraten und dafür mehr in Richtung Abschluss drängen? Mehr Druck machen? Seine Gesprächsführung ändern? Oder half das alles nichts, war er einfach kein Autoverkäufer? Sollte er sich einen Job als Mechaniker suchen und das Verkaufen lieber ganz bleiben lassen? So wie er sich jetzt fühlte, wäre dies wohl die beste Entscheidung. Doch sollte er so schnell aufgeben? **V**



Eva Maria Zimmerl
VBC Partnerin

Was Matthias Brankovic da passiert ist, lässt sich unter dem Begriff „Beratungsklaue“ zusammenfassen. Ein Phänomen, von dem nicht nur Matthias berichten kann. Immer wieder treffen wir auf Verkäufer, die perfekte Berater sind, ihre Kunden bestens mit den nötigen Fachinformationen für den Entscheidungsprozess versorgen und nur eines nicht tun: Sie fragen nicht nach ihrem Geschäftsabschluss!

Die Frage ist, wie kommen Kunden zu ihren Entscheidungen und was kann Matthias dazu tun, um die richtigen Impulse im Verkaufsgespräch zu setzen. „Sog statt Druck“ heißt die Zauberformel im Verkauf. Meine drei Tipps für Matthias:

1. Die Erinnerung an den Erfolg!

Verkaufen ist zuallererst eine Einstellungsfrage! Um den richtigen Fokus zu haben und mit der inneren Absichtserklärung des Abschlusses ins nächste Kundengespräch zu gehen, empfehle ich Matthias, sich jene Verkaufsgespräche in Erinnerung zu rufen, die zum Abschluss geführt haben. Gedanken an verlorene Aufträge können starke innere Abschlussbarrieren hervorrufen. Gedanken an den Erfolg fördern den positiven Fokus!

2. Einwände isolieren

Bei einem Kunden wie Herrn Rambach gilt es, den Einwand mit der Gattin zu isolieren. Zum Beispiel: Herr Rambach, das verstehe ich sehr gut, dass Sie das gerne

noch mit Ihrer Frau besprechen wollen. Angenommen Ihre Gattin gibt grünes Licht für den Skoda, ist dann die Entscheidung auch von Ihrer Seite gefallen?

Im besten aller Fälle bekommt Matthias jetzt ein „ja“ dann kann er schon mal den Waagen reservieren und einen Termin vereinbaren. Natürlich vorbehaltlich der Entscheidung der Gattin. Oder aber Herr Rambach kommt jetzt noch mit dem einen oder anderen weiteren Einwand und die Gattin musste einfach als Vorwand erhalten. Dann hat Matthias die Chance, weiter an seinem Abschluss zu arbeiten.

3. Abschlussfragen stellen

Im Fall von Julian Moorbach ist eine klare Abschlussfrage angebracht. Wann wollen Sie Ihren Audi gerne anmelden? Oder auch: Ab wann soll der Audi denn in Ihrer Garage stehen? Bei einer so guten Beziehungsebene ist die Frage nach dem Geschäft einfach nur natürlich!

Man kann es verkaufpsychologisch auch unter dem „Prinzip der Reziprozität“ zusammenfassen. Oder in einfachen Worten ausgedrückt: „Das Prinzip von geben und nehmen“. Matthias hat eine tolle Beratung gegeben, er hat ein gutes Gesprächsklima aufgebaut und nun darf und soll er auch nach seinem Geschäftsabschluss fragen. Das ist logisch und folgt dem oben genannten Prinzip. Mut zur Abschlussfrage!