

**2000 Käufer
in Ladengeschäften
und
150 höchstwertige Verkaufskräfte
haben den ganzen Hergang
von
2150 wirklichen Verkäufen
wörtlich niedergeschrieben
mit allen Vorzügen und Fehlern.
Die
135 charakteristischsten Fälle
hiervon wurden ausgewählt und in dem
auf den Innenseiten beschriebenen Buche
niedergelegt.
Eingefangene lebendige Praxis
stellen diese 135 Fälle dar, lauter
Dinge, die täglich
in jedem Laden vorkommen:
Die Gründe, warum 90% aller untreu
gewordenen Kunden wegbleiben!**

Das ist der Inhalt des neuen Buches

Erster Teil: Kenntnis des Lagers. Der Verkäufer muß wissen, welche Waren geführt werden / Die Verkaufskraft muß wissen, was auf Lager und was bestellt ist / Rasches Auffinden der richtigen Lagerstelle / Pflege des Lagers / Führung des Kunden zur richtigen Abteilung. Zweiter Teil: Einschätzung des Kunden. Wie erkennt man, wie der Kunde behandelt werden will? / Wie erkennt man, welche Qualität der Kunde wünscht? / Auswahl von Waren, die dem Geschmack des Kunden entsprechen / Eingehen auf Anregungen des Kunden / Richtige Beurteilung der Warengöße, die der Kunde braucht. Dritter Teil: Anbahnung des Verkaufs. Aufmerksame Bedienung des Kunden / Wann soll man sich dem Kunden nähern? / Unterbrechung der Lagerarbeit, um Kunden zu bedienen / Das Interesse eines Kunden für eine Ware muß sofort gemerkt werden / Bedienung des Kunden, der kurz vor Geschäftsschluß kommt. Vierter Teil: Wie findet man heraus, was der Kunde wünscht? Wie man Fragen an den Kunden richtet / Beachtung der Bemerkungen des Kunden / Vorlegen von Waren, um die Wünsche des Kunden festzustellen / Wie findet man heraus, welchen Preis der Kunde anlegen will? / Empfehlung anderer Waren, wenn die vom Kunden gewünschte Ware nicht vorrätig ist. Fünfter Teil: Vorlegen der Waren. Welche Waren soll man zuerst zeigen? / Wieviel Waren soll man gleichzeitig zeigen? / Wirksames Vorlegen der Waren / Vorlegen zahlreicher Warensorten / Wann soll man aufhören, weitere Warensorten vorzulegen? Sechster Teil: Mitteilung von Verkaufsargumenten. Die Fähigkeit, Verkaufsargumente zu geben / Die Fähigkeit, die Fragen des Kunden zu beantworten / Vertrauensweckend über die Ware sprechen / Empfehlen einer Warensorte / Konzentrierung der Aufmerksamkeit des Kunden. Siebenter Teil: Abschluß des Verkaufs. Gleichzeitige Bedienung von zwei Kunden / Das Beiseitelegen einiger Warensorten zur besonderen Beachtung / Wie man dem Kunden hilft, sich zu entscheiden / Stellungnahme zu den Einwänden des Kunden / Auch dann höflich sein, wenn der Kunde nicht kauft. Achter Teil: Suggestionen-Verkauf. Wie man Ersatz für nicht vorhandene Waren vorschlägt / Wie man weitere, nicht verlangte Waren vorschlägt / Wie man Ausverkaufswaren anbietet / Wie man den Verkauf größerer Mengen vorschlägt / Empfehlung verwandter Waren. Neunter Teil: Persönlich suggestiv wirken. Wie bemüht man sich, die Wünsche des Kunden festzustellen? / Persönliches Interesse zeigen / Taktvolle Behandlung des Kunden / Höfliche und verständnisvolle Bedienung / Dem Kunden Wertschätzung zeigen. Anhang: „Schlüssel“ zu den Verkaufsgesprächen mit Kritik und Antworten.

Sagen Sie *das* jedem Einzelhändler:

Sie haben doch gewiss von Harun al Raschid gehört, jenem lebensklugen Kalifen, der unerkannt sich unter seine Untertanen mischte, um sie bei ihrem Tun zu beobachten? Es wäre zweckmäßig, wenn Sie sein Beispiel nachzuahmen versuchten. Sie würden in Ihrem eigenen „Herrscherreich“ ähnliche Erfahrungen sammeln, wie sie die 2000 Kunden, deren Erlebnisse in diesem Buche niedergelegt sind, gemacht haben.

Und Sie würden dann zu Ihrer eigenen Verwunderung erkennen, daß Sie in Ihre Vorsicht und Klugheit Dinge immer noch nicht genügend mit einbeziehen, die für Ihr Geschäft Lebensnotwendigkeiten bedeuten, wie die Art und Weise der Kundenbehandlung und Kundenbedien-
nung durch Ihre Verkaufsangestellten, deren persönliche Wirkung auf die Geschäftsbesucher, die planmäßige Durchführung des Verkaufs und alle damit im Zusammenhang stehenden Fragen.

Den bestehenden und in den Einzelbetrieben entstehenden Verkauferschulen, die bei ihren praktischen Übungsverkäufen bisher auf „erdichtete“ Fälle angewiesen waren, wird durch die vorliegenden, der Wirklichkeit entstammenden Verkaufsgespräche ein Hilfsmittel an Hand gegeben, wie es nützlicher und fesselnder kaum gewünscht werden könnte. Nicht weniger wertvoll wird sich das Buch für den Geschäftsinhaber und für den Verkaufsleiter erweisen. Sie besitzen nunmehr die Möglichkeit, mit Ihren Verkaufsangestellten planmäßig Übungsverkäufe zu veranstalten. Der „Schlüssel“, der dem Buche als Anhang beigegeben ist, soll ihnen ihre Aufgabe erleichtern. Dem aus eigenen Kräften vorwärtstrebenden Verkäufer erschließen sich durch das Studium der Verkaufsgespräche Erkenntnisse, die ihm seine Verkaufstätigkeit in einem ganz neuen Lichte erscheinen lassen und ihn folgerichtig auf den Weg des Erfolges leiten.


Deutscher Einzelhändler, gründlicher, gewissenhafter, kluger und vorsichtiger Geschäftsmann, hier ist ein wertvolles Buch, das aus Ihren Verkäufern freudige und erfolgreiche Mitarbeiter macht, hier ist mehr als das: Eine kleine interessante Verkauferschule, in der Ihre Verkaufsangestellten zu treuen und tüchtigen Hütern und Mehrern Ihres Kapitals ausgebildet werden!

Marzichler

Der deutsche Bearbeiter.

Psychologisch falsche u. richtige Laden- Verkaufs- Gespräche

135
Fälle aus dem Einzelhandel
von
Natalie Kneeland

380 Seiten auf holzfreiem Papier in mehrfarbigem Ganzleinenband. Preis RM 9.50. Bezugsbedingungen usw. siehe 

Verlag für Wirtschaft und Verkehr,
Forkel & Co., Stuttgart, Pfizerstr. 7