

liche Begleiter seiner Tage und Schicksale werden, wieder lebendige Diener, wachend, mahrend und mitbestimmend.

Und der Uhrmacher? 4 Jahre war er Lehrling; seine Praxis ist eine immerwährende Lehrzeit, in der er Erfahrung und einen Schatz kostbarer Werkzeuge und selbst-

erdachter Spezialinstrumente sammelt. Sein Leben aber bleibt bescheiden; und nur die tiefe, herzliche Begeisterung für sein Fach, Erlebnis der Freude des Schaffenden, lassen ihn Tag für Tag, Jahr um Jahr, sein Leben lang, mit gebeugtem Rücken, mit der Lupe im Auge seine kranken Lieblinge betreuen und gesundpflegen.“ (I 933)

Sammelt Verkaufsgespräche!

Von Hans Willibald Tümena, Berlin

Nach dem erfolgreichen Verlauf der Verkaufskurse des Zentralverbandes der deutschen Uhrmacher und den unablässig erfolgten Mahnungen an den Uhrmacher, sich stärker als bisher auf die kaufmännische Seite seiner Tätigkeit einzustellen, bedarf es wohl kaum einer ausführlichen Begründung für die Notwendigkeit, sich mit den Fragen der Verkaufsmethoden auch im Uhrmachergewerbe zu beschäftigen. Um die kaufmännische Fortbildung auf diesem Gebiet zu erleichtern, ist die Schaffung eines guten Materials dringend erforderlich.

Theoretische Erklärungen allein vermögen nicht mit der gleichen Überzeugung zu wirken, wie Beispiele aus der lebendigen Praxis. Besonders auf dem Gebiete der Verkaufsmethoden sind praktische Beispiele das beste Anschauungsmaterial. Eine reichhaltige Sammlung z. B. von Verkaufsgesprächen, die zeigen, wie man es machen soll und wie nicht, wird der beste Führer zu neuzeitlichen Verkaufsmethoden sein. In anderen Branchen ist in dieser Richtung schon recht Brauchbares zustande gekommen. Hoffen wir, daß eine Sammlung praktischer Verkaufsgespräche auch bald in jedem Uhrmachergeschäft zu finden sein wird. Hat man mit einem Kunden ein interessantes Gespräch geführt, so sollte man sich zunächst in einigen Stichworten den wesentlichen Inhalt des Gespräches notieren, um dann aus dem Gedächtnis heraus eine genauere Niederschrift zu bewerkstelligen. Das niedergeschriebene Verkaufsgespräch wird, wenn es in aller Ruhe noch einmal überprüft wird, manchen Fehler offenbaren, der im Eifer der Verkaufshandlung übersehen worden ist, der aber das nächste Mal nicht gemacht zu werden braucht. Das folgende Verkaufsgespräch ist ein typisches Beispiel für einen schlechten Verkauf:

Kunde betritt den Laden.
Verkäufer beschäftigt sich und ohne aufzusehen fragt er den Kunden: Was soll es sein?
Kunde: Ich möchte eine Uhr kaufen.
Verkäufer: Was für eine Uhr soll es sein?
Kunde: Eine Armbanduhr.
Verkäufer: Für einen Mann oder eine Frau?
Kunde: Für mich.
Verkäufer: Darf es etwas Besseres sein?
Kunde: Ich möchte erst einmal etwas sehen.
Verkäufer bringt einige Herren-Armbanduhren, legt die erste vor und sagt: 12 RM., legt die zweite und dritte vor und sagt: 15 RM., 18 RM.
Kunde: Haben Sie noch bessere Uhren?
Verkäufer: Diese sind sehr gut! (zeigt weiter). Diese hier kostet 18 RM., diese 20 RM., diese 22 RM.
Kunde nimmt die Uhr zu 20 RM. und fragt: Ist das ein gutes Werk?
Verkäufer: Die Uhren haben alle gute Werke.
Kunde: Ist es Silber?
Verkäufer: Ja, das ist Silber.
Kunde: Geht die Uhr genau?
Verkäufer: Ja.
Kunde: Ist die Uhr haltbar? Wie lange geht sie?
Verkäufer: Die Uhr hält sehr lange.
Kunde: Wie lange geben Sie Garantie auf die Uhr?
Verkäufer: 1 Jahr.
Kunde: Ich glaube, ich habe die gleiche Uhr in einem anderen Geschäft für 18 RM. gesehen.
Verkäufer: Das ist ganz ausgeschlossen. Das wird eine schlechtere Uhr gewesen sein.

Kunde: Nein, es war genau dieselbe Uhr.
Verkäufer: Das können Sie nicht beurteilen.
Kunde: Ich werde doch noch einmal in das andere Geschäft gehen.
Verkäufer packt die Waren vor den Augen des Kunden zusammen und sagt: Wenn Sie kein Vertrauen zu mir haben, kann ich mir nicht helfen, und läßt den Kunden stehen.
Kunde verabschiedet sich, ohne daß der Verkäufer den Gruß erwidert.

Bei diesem Verkaufsgespräch sind folgende Fehler gemacht worden:

1. Die Begrüßung war schlecht; man fragt nicht den Kunden: „Was soll es sein?“
2. Die Fragen vor dem Vorzeigen der Ware waren ebenfalls ungeschickt. „Darf es Besseres sein?“ darf niemals gefragt werden, weil dadurch der Eindruck erweckt wird, daß in dem Geschäft neben besseren auch schlechte Waren geführt werden, die aber auch der Kunde, der nur wenig Geld anlegen will, nicht kaufen möchte.
3. Das Vorzeigen der Uhren selbst war sehr schlecht, denn der Verkäufer beschränkte sich darauf, dem Kunden nur Preislagen zu nennen, anstatt wirkliche Verkaufsargumente vorzubringen.
4. Der Verkäufer hatte von dem wichtigen Grundsatz: „Seine Majestät der Kunde hat immer recht“ offenbar noch nichts gehört, denn er widerspricht ihm in taktloser Weise.

Auch das folgende Verkaufsgespräch ist nicht gut zu nennen:

Kunde betritt den Laden.
Verkäufer begrüßt freundlich den Kunden und fragt: Womit kann ich Ihnen dienen?
Kunde: Ich brauche einen Wecker.
Verkäufer bringt einen Wecker herbei, zeigt ihn und sagt: Dieser Wecker hat Volltrieb mit massivem Anker. Dieser Wecker wird sehr viel bei uns verkauft.
Kunde: Was ist ein massiver Anker?
Verkäufer: Zum Unterschied von den anderen ist dieser Anker aus einem massiven Stück gearbeitet, während die anderen Stiften-Gang haben.
Kunde: Ist der Wecker zuverlässig?
Verkäufer: Der Wecker hat noch ein Beisaßrad im Weckerwerk.
Kunde: Ich habe die Erfahrung gemacht, daß Wecker häufig unzuverlässig sind. Ist denn dieser Wecker zuverlässig?
Verkäufer: Ja, der Wecker ist zuverlässig.
Kunde: Was kostet der Wecker?
Verkäufer: 7 RM.
Kunde: Das ist aber viel Geld.
Verkäufer: Aber, ich bitte Sie, 7 RM. ist doch kein Geld!
Kunde: Wieviel verdienen Sie eigentlich, daß für Sie 7 RM. kein Geld ist?
Verkäufer: Der Wecker ist aber ganz ausgezeichnet.
Kunde: Haben Sie noch billigere Wecker?
Verkäufer: Dieser Wecker ist aber doch besonders gut.
Kunde: So viel kann ich nicht bezahlen.
Verkäufer: Bedenken Sie die Vorzüge dieses Weckers.
Kunde: Haben Sie noch billigere Wecker?
Verkäufer ist beleidigt, zeigt einen anderen Wecker und sagt: Dieser kostet nur 5 RM.
Kunde: Ist dieser Wecker auch zuverlässig?
Verkäufer: Ja, der ist genau so zuverlässig.