

müssen wir erreichen; der Kunde muß das Gefühl haben, daß wir uns mit seinen Worten, die ja meistens seine Wünsche enthalten, ernstlich beschäftigen, um ihn nach bester Möglichkeit zufriedenzustellen.

5. Gebot: Sprich mit Pausen!

Die Forderung, nicht zu schnell zu sprechen, und die, dem Kunden nicht zu rasch zu antworten, führt von ganz allein dazu, daß jedes Verkaufsgespräch möglichst durch Pausen unterbrochen wird. Aber solche Pausen soll man auch künstlich hier und da einschalten. Man soll dem Kunden dadurch Zeit zum Überlegen geben an den Stellen, wo es uns wichtig erscheint, daß er über das von uns Gesagte nachdenkt. Pausen sollen aber auch da eintreten, wo wir dem Kunden die Ware zeigen und nun den Eindruck des Gesehenen im Kunden recht wirksam werden lassen wollen. Kleine Pausen werden beim Vorzeigen selber nötig. Denn hier muß jedes Wort mit Nachdruck gesprochen werden, und die einzelnen Worte sollen dem Gang der Vorführung der Ware möglichst angepaßt sein. Wenn das Vorzeigen vorbei ist, sollte auch das letzte Wort gesprochen sein, das sich mit dem Vorzeigen beschäftigt.

6. Gebot: Passe Dich in Deiner Sprache dem Kunden an!

Dieses Gebot gilt für das Tempo der Sprache wie aber auch für die ganze Art des Sprechens auf seiten des Kunden. Ein Kunde, der eine einfache, natürliche Sprache spricht, wird es nicht gerade angenehm empfinden, wenn wir ihn mit dedrechselten Sätzen anreden, und ebenso umgekehrt. Der Kundenart passe man sich auch hierbei an. Das ist eine Angelegenheit des Taktes ebenso sehr wie eine des geschäftlichen Erfolges. Dem Kunden, der viel von der Ware begeistert ist, gieße man nicht mit den eigenen Worten Öl auf das Feuer der Begeisterung, sondern man rede ihm auch in gleicher Weise zu. Wer dagegen bedächtig prüft und mit kritischen Worten zur Ware Stellung nimmt, dem antworte man auch gelassen und überlegend.

7. Gebot: Sprich stets die Wahrheit!

Die beste Kunst zu verkaufen hat ein großer englischer Verkaufspsychologe einmal dahin gekennzeichnet, immer die Wahrheit zu sagen. Das ist ohne Zweifel zu unterstreichen. Der Kunde, dem man heute mit bombastischen Redensarten etwas „aufschwätzt“, wird nicht wiederkommen. Der aber, dem wir eine Ware empfehlen und ihn auf eventuelle Mängel gegenüber einer anderen Ware aufmerksam machen, wird uns diese Offenheit danken und wiederkommen. Wahrheit ist das beste Mittel, Kunden zu erhalten – und in dem letzteren liegt ja eigentlich der letzte Sinn des ganzen Geschäftslebens, wenn dies auch sehr oft nicht recht erkannt wird in der schnelllebigen Gegenwart. Jedes wahre Wort erspart uns

Unannehmlichkeiten durch Reklamationen, durch schädliche „Weiterempfehlung“ und erhält den Ruf unserer Firma in bester Weise.

8. Gebot: Sprich immer voll Beweiskraft!

Wer die Wahrheit spricht und wer sonst die bisher gegebenen Regeln befolgt, wird auf den Kunden einen guten Eindruck machen. Aber um den Verkauf noch eher zu bewerkstelligen, muß zu all dem noch das „beweiskräftige Sprechen“ treten. Eine Art Suggestion muß von uns auf den Kunden ausgestrahlt werden, eine gewisse Kraft der Überzeugung, die wohl zu unterscheiden ist von der Kunst des Überredens. Der Kunde muß aus unseren Worten heraushören, daß er zu uns Vertrauen haben kann und auch zu unserer Ware. Welches Mittel hier am besten hilft, das richtet sich ganz nach der Art des Kunden selber. Ihm hat man sich anzupassen, wenn man nach den besten Wegen sucht, vor seinen Augen Beweise zu erbringen und unseren Worten Beweiskraft zu verleihen.

9. Gebot: Sprich stets so, daß Du nicht den Eindruck machst, Ware verkaufen zu wollen.

Die gesamte Werbung unserer Tage ist nicht mehr wie früher darauf abgestellt, dem Publikum eine Ware verkaufen zu wollen, sondern darauf, dem Kunden Freude, Genuß, Behagen, Abwechslung, Ersparnis, Bequemlichkeit usw. verkaufen zu wollen, die ihm die Ware bringt. Ebenso hat das Verkaufsgespräch auszusehen. Auch dies darf nicht zuviel von der Ware sprechen, sondern von all dem, was wir soeben nannten. Nur so wird der Kunde seine Kauflust bewahren und in Kaufentschlossenheit umsetzen. Nur so werden wir Erfolge am Ladenisch haben. Die Zeiten sollten vorbei sein, wo ein Verkäufer immer nur das Wort „Ware“ im Munde hält.

10. Gebot: Nimm Deine Verkaufsgespräche ernst und bereite sie vor!

Ein Verkaufsgespräch ist ein Kunstwerk, wenigstens wenn es dazu dienen soll, in schwierigen Momenten doch zu einem Erfolge zu führen. Aber auch das einfache Verkaufsgespräch sollte man in Kreisen der Verkäufer (und Verkäuferinnen) nicht als etwas Leichtes hinnehmen. Die Durchdenkung eines Verkaufsgesprächs zuhause und das Aufmerken auf die Verkaufsgespräche solcher Kollegen und Kolleginnen, die große Erfolge haben, sollten eigentlich eine Selbstverständlichkeit sein. Nur so kann man die rechte Sprache dafür allmählich herausfinden, und das allein gibt Gewähr für gutes Verkaufen.

Zehn Gebote für die Sprache des Verkäufers – zehn Gebote für die Wege zu besserem Verkauf. Denn auch die Sprache ist, wie die einleitenden Worte gezeigt haben, durchaus nicht zu verachten, wenn es ans Verkaufen geht! (I/765) H. A. Krause.

Meine Werbemappe!



ast bei allen Kollegen führen die alten Fachzeitungen ein bescheidenes Dasein. In irgendeiner Ecke liegen sie alle einträchtig beieinander. Zum Wegwerfen kann sich der Uhrmacher meist auch nicht entschließen. Bei mir war das auch so. Als ich vor Jahren aus irgendeinem Anlaß in den alten Fachzeitungen herumkramte, fiel mir ein Artikel von einem Musterschauenster in die Hand. Erst da kam mir der Gedanke, daß es eigentlich schade

ist, wenn die vielen wertvollen Anregungen, welche uns die Fachzeitungen geben, so wenig Beachtung finden und meistens schon nach kurzer Zeit ins Vergessen geraten.

Um nun diese Anregungen für mein Geschäft richtig auszuwerten, legte ich mir eine Werbemappe an. Ich kaufte mir einen Schnellhefter und teilte ihn in verschiedene Gruppen ein. z. B. Weihnachten, Ostern, Reisezeit, Muttertag und Verschiedenes. Dann habe ich noch eine Gruppe „Allgemeine Werbefragen“.

Die ganze Arbeit besteht nun darin, die Fachzeitung genau zu studieren. Dabei mache ich mit einem Rolstift schon ein Zeichen, welche Artikel ich in meine Werbemappe einreihen will. Sind einige Zeitungen beisammen