

Adrian! Ich hab's geschafft.



Susanne Henneke

Frauen verkaufen anders

**Die Frau, die ihren Umsatz verdoppelte
- und andere unglaubliche Geschichten**

© 2021 Susanne Henneke
Illustrationen: Malte von Tiesenhausen
Foto: bettina-bentheim
Lektorat: Nele Al-Osman

Verlag & Druck: tredition GmbH, Halenreihe 40-44, 22359
Hamburg

ISBN

Paperback	ISBN 978-3-347-49543-2
Hardcover	ISBN 978-3-347-49544-9
e-Book	ISBN 978-3-347-49545-6

1. Auflage November 2021
2. Auflage März 2025

Die Texte in diesem Band sind eine Auswahl von überarbeiteten Kolumnen und Blogartikeln sowie bislang unveröffentlichten Texten.

Das Werk, einschließlich seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlages und der Autorin unzulässig. Dies gilt insbesondere für die elektronische oder sonstige Vervielfältigung, Übersetzung, Verbreitung und öffentliche Zugänglichmachung.

Inhalt

Vorwörtchen	7
01 – Verkaufen? Ein böses Wort?	9
02 – Das ist aber ganz schön teuer!	13
03 – Businesskleid oder Presswurst	17
04 – Professioneller Umgang mit dem Nein	21
05 – Erfolgreiche Business-Telefonate	25
06 – Sie können keinen Kuchen für die ganze Welt backen	29
07 – Der eigene Wert	33
08 – Die Kundin, die ihren Umsatz verdoppelte	35
09 – Paradoxe Interventionen im Verkauf	39
10 – Ihre Kundschaft kauft – und kommt nicht wieder	45
11 – Negativitätstheorie	51
12 – Kaufrausch oder Selbstkontrolle	55
13 – Kundinnenfrust killt Kauflust	59
14 – Wie ein kleiner Vogel erfolgreich verkauft wurde	65

Vorwörtchen

Es war einmal ... so fangen viele Märchen an und enden oftmals im Happy End. Es war einmal eine Frau, die hatte Spaß am Verkaufen, und gerade deshalb verkaufte sie anders. Mit Begeisterung und mit Erfolg. Nachhaltig. Genau das soll Sinn und Zweck dieses Buches sein. Sie mit zauberhaften wahren Geschichten zu inspirieren, dass verkaufen kein Horrortrip ist, sondern ein Spiel mit gutem Ausgang. Das glauben Sie nicht? Dann fragen Sie sich mal: Warum halten Sie dieses Buch in Ihren Händen? Vielleicht haben Sie es geschenkt bekommen oder der Titel hat Sie angesprochen oder Sie brauchen einfach mal wieder eine Lektüre für zwischendurch. Vielleicht ist es aber auch so, dass Sie verkaufen schwierig finden, dass Sie Angst vor Ablehnung haben und eigentlich gar nicht verkaufen wollen. Umso besser. Denn ich möchte mit vielen Menschen in eine neue Ära des Verkaufens vordringen. In eine, die Spaß macht. Wo die richtigen Worte an der richtigen Stelle des Gesprächs gesprochen, eine Punktlandung für Sie bedeuten.

Die Geschichten stammen aus meinen Kolumnen und Blogs, die ich seit vielen Jahren mehr oder weniger regelmäßig schreibe. Ich bin mit dem Verkäuferin-Gen geboren. Mir fiel verkaufen immer schon leicht. Ja, das sind gute Voraussetzungen und als Optimistin sehe ich sowieso mehr die Sonnenseiten. Gleichzeitig kenne ich auch den Schatten. Die Frage

ist: Worauf konzentrieren wir uns? Und hier sind wir schon bei einem ganz wichtigen Punkt: der eigenen Persönlichkeit. Wie sieht es in Ihrem Hinterstübchen aus? Kreisen die Gedanken? Machen diese Sie fertig?

Keine Sorge: Dieses Buch ist keine Psychoanalyse. Haben Sie einfach Freude beim Lesen. Schmunzeln ist erlaubt und erwünscht. Vielleicht erkennen Sie sich an der einen oder anderen Stelle wieder. Oder Sie haben ähnliche Situationen mit „schlechten Verkäufer:innen“ erlebt und Sie sagen: Ja, so war das. Oder: Oh, nein ...

Wenn Sie beim Lesen des Buches Parallelen zu Ihrem eigenen Business finden, Impulse zum Ausprobieren mitnehmen und diese mit Ihrem Team umsetzen: Dann freue ich mich mit Ihnen. Und jetzt wünsche ich Ihnen eine kurzweilige Zeit mit dem Lesestoff.

Herzliche Grüße
Susanne Henneke
Die Verkaufs-Mentorin

1 – Verkaufen? Ein böses Wort?

Wenn Sie das Wort „Verkauf“ bei Woxikon (einem Synonymverzeichnis) eingeben, erhalten Sie u. a. folgende Begriffe: Markt, Handel, Gewinn, Umsatz, Vertrieb, Warentausch. Klingt gar nicht so böse, oder? Menschen, besonders Frauen, verbinden das Wort Verkauf mit negativen Erlebnissen, den eigenen und den gehörten.

Beispiele: Sie haben zu viel bezahlt. Dann fühlen Sie sich vom Verkäufer übers Ohr gehauen. Oder Sie haben etwas gekauft, weil Sie totgequatscht wurden. Jetzt, wieder zu Hause, stellen Sie fest, dass Sie es doch nicht brauchen. Wer ist schuld? Klar – die Verkäuferin. Oder das Thema Versicherungen. Diese werden oft über Angst verkauft, d. h., Ihnen wird aufgezeigt, was passieren könnte (Anmerkung: Niemand erzählt Ihnen, wie hoch die Wahrscheinlichkeit ist, dass dies tatsächlich eintrifft). Und wenn Sie dann nicht dagegen versichert sind: Halleluja, das ist dann die Katastrophe oder Sie sind schlecht beraten worden. Es hätte etwas gegeben, das viel besser zu Ihnen und Ihren Bedürfnissen gepasst hätte. Sie ärgern sich, weil Sie nicht richtig beraten wurden.

Stimmt. Das sind negative Erlebnisse. Wenn ein Verkauf so abläuft, dann ist dieser schlecht ge-

macht. Verkaufen ist negativ, wenn die Verkäufer:innen nur die eigenen Interessen verfolgen, nur den Umsatz im Blick haben und nur an die eigenen Leistungen/Produkte denken. Verkaufen ist negativ, wenn die Verkäufer:innen lustlos sind und ihnen die Kundschaft schnurzpiegegal ist.

Fakt ist: Unser Gehirn merkt sich Negatives viel leichter als Positives. Sie haben 100-mal etwas Gutes beim Kaufen erlebt und 1-mal etwas Schlechtes. Was erzählen Sie Ihrer besten Freundin? Na klar, das negative Erlebnis. Das Gute will ja auch keine hören ...

Gleichzeitig sind wir verunsichert: Meint der Verkäufer es wirklich ehrlich mit mir? Wie können Sie das feststellen? Indem Sie darauf achten, ob Ihnen Fragen gestellt werden. Dann wissen Sie: Es geht um mich. Achten Sie auch darauf, ob die Verkäuferin nur von sich spricht (ich habe das auch, bei mir funktioniert das super... ich, ich, ich). Und was ist mit Ihnen? Ich möchte eine Lanze brechen für gute Verkäufer:innen.

Für die, die sich für Ihre Kundschaft interessieren und sich für eben diese begeistern.

Für die, die bedarfsorientiert verkaufen und auf die Wünsche der Kundschaft Rücksicht nehmen.

Für die, denen die Zufriedenheit der Kundschaft wichtig ist.

Für die, die auch abraten, weil etwas nicht zur Kundschaft passt.

Für die, die etwas verkaufen, das einen echten Mehrwert bietet.

Für die, bei denen wir aus tiefster Überzeugung und freiwillig mehr kaufen, als wir ursprünglich wollten, weil sie so viel Energie, Ideen und Leidenschaft in uns gesteckt haben.

Dann ist „verkaufen“ kein böses Wort. Dann macht kaufen Spaß.

Verkaufen ist Kunst. Kunst kommt von können.

Gerne denke ich an ein Verkaufserlebnis, das schon Jahre zurückliegt: Ich probierte einen Mantel an, er war schön, passte und ich brauchte einen. Dann kam eine Verkäuferin um die Ecke, schaute mich an, lächelte und sagte: „Schöner Mantel, warten Sie bitte, ich habe gerade eine Idee für Sie.“ Sie flitzte weg, kam nach ein paar Sekunden wieder und sagte:

„Darf ich?“ Ich sagte neugierig ja. Und dann hängte sie mir einen superschönen, kuschelweichen Schal um den Hals, der perfekt zu dem Mantel und mir passte. Sie lächelte. Und ich sagte, nach einem Blick in den Spiegel: „Ich finde Sie richtig doof.“ Dann haben wir beide gelacht. Selbstverständlich habe ich den Schal gekauft, obwohl ich gefühlt noch 10 andere im Schrank hatte ...



Wenn sich Menschen schon von Ihrem Geld trennen, dann darf das auch Spaß machen. In diesem Sinne: viel Spaß beim Verkaufen mit Leidenschaft.

2 – Das ist aber ganz schön teuer!

Was passiert, wenn Sie nicht verstehen, was Ihre Kundschaft tatsächlich kauft?

Das Thema Preis-Stolz, also zu den eigenen Preisen stehen, wird sowohl von Angestellten als auch von Freiberufler:innen total unterschätzt.

Ein Beispiel:

Eine Frau kommt in die Apotheke und hat etwas über eine Wimperntusche gelesen, die schöne, voluminöse Wimpern zaubern soll – die soll es sein. Die Frau wird gut beraten. Dann fragt die Kundin nach dem Preis.

Mitarbeiterin: „29,95 €.“

Kundin: „Das ist aber ganz schön teuer.“

Mitarbeiterin: „Das finde ich auch.“

Finde den Fehler!!! Mein Verkäuferin-Herz blutet.
Was ist passiert?

1. Die Mitarbeiterin stand nicht hinter dem Preis.
2. Die Mitarbeiterin würde nicht so viel Geld für Wimperntusche ausgeben.
3. Die Mitarbeiterin hat vergessen, dass es hier nicht um sie, sondern um die Kundin geht.
4. Die Mitarbeiterin hat vergessen, dass Umsatz Ihren Job sichert.

5. Die Mitarbeiterin hat vergessen, was die Kundin tatsächlich gekauft hätte: Sie kauft nicht Wimperntusche für 29,95 €. Sondern sie kauft Schönheit, Hoffnung, den Gedanken an den nächsten Tag: Wie toll sehe ich morgen mit dieser Wimperntusche aus? Die Kundin kauft ein Bild von ausdrucksvollen Augen, ein Gefühl von Glück.

Dieses Gefühl von Schönheit wurde durch die unachtsame Killerphrase der Mitarbeiterin „Das finde ich auch“ zerstört. Schade. Eine zufriedene Kundin und der Umsatz sind verloren.



Begeistern Sie sich für die Wünsche Ihrer Kundschaft.

Stehen Sie hinter Ihren Preisen, wie ein Fels in der Brandung. Ich nenne das Preisstolz®.

Knallen Sie der Kundin den Preis nicht einfach vor den Latz (29,95 €!), sondern formulieren Sie weich: „... für täglich schöne volle Wimpern ... €.“ Begeistern Sie sich für Ihre Produkte. Dann begeistern Sie Ihre Kundschaft und diese kauft nicht nur, sondern sie erinnert sich auch an das gute Gefühl, das sie während des Kaufens hatte. Diese Kund:innen kommen wieder.

Und überlegen Sie mal, was Ihre Kund:innen bei Ihnen tatsächlich kaufen. Hoffnung, Schönheit, Sicherheit ...