

# Beispiele zu Einwandbehandlungstechniken

Während der Trainingseinheit mit dem Team Kleinkundenbetreuung wurden am 15.03.2019 zwei unterschiedliche Techniken zur Einwandbehandlung vorgestellt. Diese beiden Techniken werden nachfolgend mit beispielhaften Gesprächsverläufen vertieft.

## 1. Szenarietechnik

### Die Szenarietechnik

- Beschreiben Sie ein Szenario
- Das Szenario beschreibt den NUTZEN
- Stellen Sie eine Suggestivfrage
- Leiten Sie mit der Antwort auf das Angebot über bzw. fragen Sie nach einem Termin



### Beispiel 1:

Kunde: Ich habe keine Zeit für Sie.

Verkäufer: Lieber Kunde, kann ich verstehen, dass Sie als Entscheider wenig Zeit für mich haben, vor allem auch, weil Sie mich nicht kennen. Stellen Sie sich bitte Folgendes vor: Sie geben mir die Möglichkeit, Ihnen unser Werbekonzept in aller Kürze vorzustellen und Sie erkennen sofort, welches Potenzial sich dahinter verbirgt, wie Sie also neue Kunden gewinnen und mehr Umsatz generieren können. Dann wäre die Zeit doch gut investiert, oder nicht? Dann spricht doch nichts gegen eine kurze Vorstellung des Angebots, oder?

### Beispiel 2:

Kunde: Werbung in der Zeitung funktioniert nicht.

Verkäufer: Lieber Kunde, kann ich verstehen, dass Sie nur in Medien werben möchten, die Ihre Werbeziele auch klar erfüllen. Bei mir wäre das auch nichts anders. Stellen Sie sich bitte Folgendes vor: Ich stelle Ihnen Werbemöglichkeiten in unserer Zeitung vor, die nicht nur sehr leistungsfähig sondern auch sehr effektiv Ihre Werbeziele erfüllen können. Dann spricht doch nichts gegen eine kurze Vorstellung des Angebots, oder?



## 2. Bedingungstechnik

### Die Bedingungstechnik

- Was muss eine Werbekampagne dem Kunden bringen?
- Fragen Sie nach dem NUTZEN
- Bestätigen Sie den genannten Nutzen
- Leiten Sie mit der Antwort auf das Angebot über bzw. fragen Sie nach einen Termin



#### Beispiel 1:

Kunde: Werbung in der Zeitung funktioniert nicht.

Verkäufer: Lieber Kunde, kann ich verstehen, dass Sie nur in Medien werben möchten, die Ihre Werbeziele auch klar erfüllen. Bei mir ist das auch nichts anders.  
 Ich habe eine Frage an Sie: Was muss eine Kampagne für Sie bringen, damit Sie sagen, sie ist erfolgreich gelaufen? Welche Ziele muss sie erreichen?

Kunde: Neukunden..., Mehr Umsatz..., ...

Verkäufer: Herr/Frau Schneider, gut, dass ich nachgefragt habe. Genau das leistet dieses Werbekonzept und wird genau deshalb immer wieder von Firmen aus Ihrer Branche verwendet. Weil sie für sie erfolgreich ist. Lassen Sie mich kurz das Konzept erläutern.



Beispiel 2:

Kunde: Ich habe kein Budget.

Verkäufer: Lieber Kunde, kann ich verstehen, dass Werbebudgets auch mal knapp bemessen sind. Ich habe eine Frage an Sie: Was müsste eine Kampagne für Sie bringen, damit Sie sagen, es hätte sich jeder Cent gelohnt? Welche Ziele muss sie erreichen?

Kunde: Neukunden..., Mehr Umsatz..., ...

Verkäufer: Herr/Frau Schneider, gut, dass ich nachgefragt habe. Genau das leistet dieses Werbekonzept und wird genau deshalb immer wieder von Firmen aus Ihrer Branche verwendet. Weil sie für sie erfolgreich ist. Lassen Sie mich kurz das Konzept erläutern. Und eines vorab: Beim Preis werden Sie gleich staunen.