

Verkauf ist Vertrauenssache

Kunden suchen Experten

Haben Sie nicht auch schon einmal das Gefühl gehabt, dass Ihnen jemand „nur etwas verkaufen wollte“? Erinnern Sie sich noch an Ihre spontane Reaktion? Bestimmt sind Sie nicht auf das Angebot eingegangen.

Dies ist kein Zufall, denn Kunden wollen vom Verkäufer kein bloßes Verkaufsangebot hören, sondern in der Regel eine bedarfsgerechte Beratung haben. Um eine solche Beratung leisten zu können, benötigt man als Anbieter nicht nur ein offenes Ohr, um die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden herauszufiltern. Man benötigt vor allem das Vertrauen des Kunden.

Bei Kunden, die aufgrund einer Empfehlung kommen, besitzen Sie automatisch einen Vertrauensvorschuss.

Sie können aber auch bei Neukunden aktiv Vertrauen erarbeiten, indem Sie sich als Experten in Ihrem Dienstleistungs- und/oder Produktbereich profilieren. Eine „Selbstnennung“ als Experte wird Ihnen an dieser Stelle nicht viel weiterhelfen, also sorgen Sie dafür, dass andere Sie als Experten nennen. Hier einige Beispiele:

- Regionale oder branchenspezifische Zeitungen sind immer über Redaktionsbeiträge zu verschiedenen Themen dankbar. Gerne können Sie den Zeitungen auch eine Serie zu Ihrem Fachthema anbieten, in der Sie neutrale Informationen liefern (z.B. „50 Tipps zum Stromsparen“ oder „Grundlagen der Geldanlage“).
- Bieten Sie Informationsveranstaltungen und Seminare zu Ihrem Fachthema an. Hierzu eignen sich auch Kooperatio-

nen mit der örtlichen Industrie- und Handelskammer oder der örtlichen Volkshochschule.

- Sofern es thematisch passt, bieten Sie den Schulen vor Ort eine Unterrichtsstunde zu Ihrem Fachthema (z.B. „Geld“ oder „leckere und gesunde Ernährung“) an. Praxisnähe und Abwechslung sind bei Schülern seit jeher beliebt. Jetzt sorgen Sie nur noch dafür, dass die Presse hiervon erfährt.
- Sie geben ein kleines Handbuch mit neutralen Informationen zu Ihrem Fachthema heraus (z.B. „Altersvorsorge – Dinge, auf die Sie achten sollten“). Legen Sie diese Handbücher zielgruppengerecht aus.

Je mehr Sie als ein solcher Experte auf Ihrem Fachgebiet wahrgenom-

men werden, umso gefragter werden Sie als Ansprechpartner und Autoritätsperson sein.

Viele gute Nennungen in der Öffentlichkeit steigern neben dem Bekanntheitsgrad auch Ihren Expertengrad. Die Folgewirkung wird sein: Sie verkaufen nicht. Die Kunden wollen bei Ihnen kaufen.

Wissen weitergeben

Sie haben auf Ihrem Fachgebiet Expertenwissen. Überlegen Sie nun, zu welchem konkreten Thema Sie dieses Expertenwissen in Informationen und Hilfestellungen „übersetzen“, die für Ihre potenziellen Kunden relevant sind und einen Nutzen haben. Planen Sie, auf welchem Weg Sie dieses Wissen weitergeben möchten und gehen Sie diese Strategie mit Geduld und Ausdauer an. ■



Wissen weitergeben: Wer Informationsveranstaltungen und Seminare zu einem Fachthema anbietet, kann sich in Dienstleistungs- oder Produktbereichen als Experte profilieren.