

Ja, aber ... – Wie gehe ich richtig mit Einwänden um?



Fotos: www.colourbox.com

Die Körpersprache dieser Kunden zeigt, dass sie Einwände erheben.

Von Irmgard Jehlicka, Potsdam

Welche Arten von Einwänden gibt es? Worin besteht der Unterschied zwischen echten und vorgeschobenen Einwänden? Und wie reagiert man angemessen auf diese Kritik? In dieser Unterrichtseinheit analysieren die Schüler verschiedene Einwände sprachlich, interpretieren aber auch Stimme und Körpersprache der Kunden. Im Anschluss daran setzen sich die Schüler mit verschiedenen Methoden wie der Fragen- oder der Bumerangmethode auseinander, mit denen sie auf die Einwände des Kunden reagieren und diese im Idealfall entkräften können. Die Methoden wenden sie in Rollenspielen an.

Das Wichtigste auf einen Blick

Dauer:	5 Stunden
Ziele:	<ul style="list-style-type: none"> – Arten von Einwänden kennenlernen – echte Einwände von Vorwänden unterscheiden – Körpersprache richtig interpretieren – die Bedeutung der Stimme anhand von Hörtexten erfassen – Methoden der Einwandbehandlung kennenlernen und anwenden
Ihr Plus:	Hörbeispiele auf CD GW (M 1, M 3) und zwei Rollenspiele

Fachliche Hinweise

Warum äußern Kunden Einwände?

Kunden möchten das Produkt kaufen, das ihre Bedürfnisse am besten befriedigt. Für sie ist ein Kauf immer eine Entscheidung, die mit finanziellen „Opfern“ verbunden ist. Für diese „Opfer“ erwarten sie eine optimale Gegenleistung. Sind die Kunden vom Angebot nicht überzeugt, äußern sie Bedenken gegen das Produkt oder dessen Eigenschaften oder fordern mehr Informationen über dessen Nutzen. Man spricht dann von **Einwänden**. Sie zeigen dem Verkäufer, dass er die Wünsche des Kunden bisher (noch) nicht ermitteln und ihn entsprechend beraten konnte.

Echte Einwände von Vorwänden unterscheiden

Erfahrene Verkäufer wissen, dass sie die Einwände des Kunden genau analysieren müssen. Nur dann können sie in ihrer Beratung die Wünsche der Kunden richtig erfassen, die Kunden entsprechend informieren und sie schließlich vom Kauf des Produktes überzeugen.

Der Verkäufer muss jedoch echte Einwände von Vorwänden, also vorgeschobenen Einwänden, unterscheiden können.

Äußert der Kunde **echte Einwände**, hat er eine Kaufabsicht, möchte aber weitere Informationen zum Produkt haben oder wissen, ob der Preis gerechtfertigt ist.

Bringt der Kunde **Vorwände** an, hat er keine Kaufabsicht und der Verkäufer kann nicht dagegen argumentieren. Im letzteren Fall möchte der Kunde ohne „Gesicht verlor“ das Geschäft verlassen oder die Verhandlung beenden.

Mit den richtigen Methoden auf Einwände reagieren

Um Einwände zu entkräften, kann man unterschiedliche Methoden anwenden. In diesem Beitrag lernen die Schülerinnen und Schüler folgende Methoden kennen:

- **Fragemethode:** Man bittet den Kunden, seine Vorstellungen oder Erwartungen zu verdeutlichen.
- **Ja-aber-Methode:** Man stimmt dem Einwand des Kunden zu, stellt aber einen anderen Aspekt des Produktes heraus, der dem Kunden nicht bewusst war.
- **Vergleichsmethode:** Man vergleicht das Produkt mit anderen Produkten, um dessen Vorteile herauszustellen.
- **Bumerangmethode:** Man erklärt dem Kunden, warum der von ihm geäußerte Einwand in Wirklichkeit ein Vorteil ist.

Didaktisch-methodische Hinweise

In dieser Unterrichtseinheit lernen die Schülerinnen und Schüler die Rolle von Einwänden im Verkaufsgespräch kennen. Sie erfahren, welche Formen von Einwänden es gibt, wie Kunden Einwände äußern und wie sie als Verkäufer angemessen darauf reagieren können. Dabei lernen sie, dass sie als ganze Verkäuferpersönlichkeit gefordert sind. Sie erkennen, welche Bedeutung ihr verbales und ihr nonverbales Verhalten (Stimme, Sprechweise, Mimik, Gestik, Körperhaltung) haben.

Die Schülerinnen und Schüler erarbeiten sich die Inhalte eigenständig, wenden das Gelernte in Rollenspielen an und analysieren Hörbeispiele, die auf der beiliegenden CD GW angeboten werden.

Stundenverlauf

Stunde 1	Einwand oder Vorwand? – Arten von Einwänden unterscheiden
Intention	Die Schülerinnen und Schüler lernen, welche Arten von Einwänden es gibt und wie man Einwände von Vorwänden unterscheidet.
Materialien M 1–M 2	M 1 schult das Zuhören. Die Lernenden hören acht Audiosequenzen, die sich auf der beiliegenden CD GW befinden. Sie stellen fest, worüber sich der Kunde beschwert, und vergleichen die Einwände miteinander. Im Schaubild in M 2 fassen die Schülerinnen und Schüler zusammen, was echte Einwände von Vorwänden unterscheidet und verstehen, was der Kunde mit seinem Einwand erreichen möchte.
Stunde 2	Mimik, Gestik, Stimme – wie der Körper spricht
Intention	Die Jugendlichen lernen, wie man Stimme und Körpersprache richtig interpretiert.
Materialien M 3–M 5	In M 3 hören die Schülerinnen und Schüler wiederholt die Hörbeispiele aus M 1 , beschreiben die Sprechweisen und analysieren, welchen Eindruck die Sprecher bei ihnen hinterlassen. In M 4 wenden sich die Lernenden der Körpersprache zu. Auf der Folie sind sechs Fotos mit Menschen abgebildet. Die Schülerinnen und Schüler analysieren. Im Anschluss daran listen sie auf, welche körpersprachlichen Signale eine Kaufabsicht andeuten und welche nicht. M 5 ist eine Vertiefung zu M 4 . Die Lernenden ordnen Bilder Personen zu und begründen, warum der körpersprachliche Ausdruck zur jeweiligen Szene passt.
Stunde 3/4	Wie reagiert man bei Einwänden? – Methoden kennenlernen
Intention	Die Schülerinnen und Schüler lernen verschiedene Methoden der Einwandbehandlung kennen und setzen diese ein.
Materialien M 6–M 8	In M 6 sind alle Methoden zusammengefasst. In Partnerarbeit erklären sich die Lernenden gegenseitig die Methoden. Im Arbeitsblatt M 7 wenden die Schülerinnen und Schüler die Methoden an, indem sie zu den bereits in M 1 und M 3 gehörten Einwänden Antworten formulieren. Die Informationen in M 8 fasst die wichtigsten Verhaltensregeln zusammen. Außerdem erarbeiten die Lernenden anhand einer Karikatur, wie wichtig ein sicheres Auftreten, eine deutliche Körpersprache und das Vermeiden von Füllwörtern sind.
Stunde 5	Einwände richtig beheben – Rollenspiele
Intention	Die Schülerinnen und Schüler setzen die erarbeiteten Methoden sowie ihre Körpersprache in Rollenspielen ein.
Materialien M 9–M 11	M 9 ist ein Zickzack-Dialog. Anhand der Vorgaben erarbeiten die Lernenden in Partnerarbeit einen Dialog und führen diesen vor der Klasse auf. In M 10 sind Rollenkarten vorgegeben. Dieses Rollenspiel ist anspruchsvoller, da die Schülerinnen und Schüler ohne Vorbereitungszeit den Dialog präsentieren. M 11 ist ein Beobachtungsbogen, mit dem die Lernenden die Rollenspiele in M 9 und M 10 bewerten können.

M 1

„Alles schön und gut, aber ...“ – Wie reagieren diese Kunden?

In fast jedem Verkaufsgespräch erheben Kunden Einwände. Finden Sie heraus, welche das sein können.

Was möchte der Kunde?	Was sagt der Kunde?	
		Verkaufsgespräch 1
		Verkaufsgespräch 2
		Verkaufsgespräch 3
		Verkaufsgespräch 4
		Verkaufsgespräch 5
		Verkaufsgespräch 6
		Verkaufsgespräch 7
		Verkaufsgespräch 8

Aufgaben

- Hören Sie sich Auszüge aus Verkaufsgesprächen. Fassen Sie in der linken Spalte kurz zusammen, was der Kunde sagt.
- Besprechen Sie anschließend mit Ihrem Nachbarn, was sich der Kunde wünscht. Schreiben Sie Ihre Ergebnisse in die rechte Spalte.
- Vergleichen Sie die acht Einwände miteinander. Was fällt Ihnen auf?

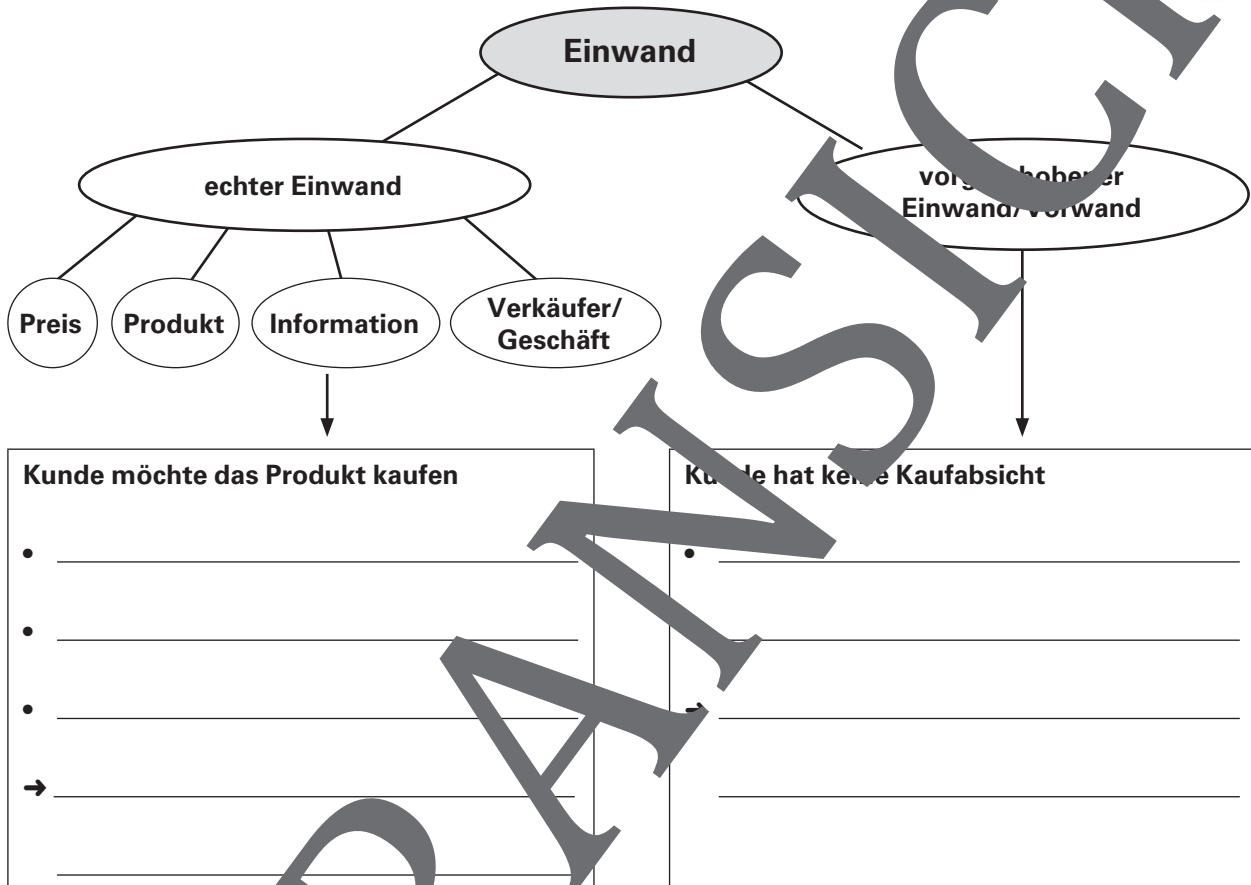
M 2

Echt oder vorgeschoben? – Arten von Einwänden unterscheiden

Einwand ist nicht gleich Einwand. Auf manche Einwände kann man mit Argumenten reagieren, auf andere wiederum nicht. Finden Sie mithilfe der folgenden Tabelle heraus, was echte von vorgeschobenen Einwänden unterscheidet.



Welche Arten von Einwänden gibt es?



Aufgaben

1. Betrachten Sie das Schaubild. Erklären Sie den Unterschied zwischen echten und vorgeschobenen Einwänden.
2. Überlegen Sie in Partnerarbeit, was der Kunde durch seine Einwände erreichen will.
3. Sammeln Sie Ihre Argumente im Plenum und ergänzen Sie das Schaubild. Tragen Sie auch ein, in welchem Fall sich eine Argumentation lohnt und in welchem nicht. Begründen Sie Ihre Entscheidung.

M 4

Was sagt die Körpersprache des Kunden?

①



picture alliance/Bildagentur-online/McP-
Insadco-Arcur

②



www.colourbox.com

③



www.colourbox.com

④



www.colourbox.com

⑤



www.colourbox.com

⑥



www.colourbox.com

M 8

Sicher zum Erfolg – Tipps für ein gelungenes Verkaufsgespräch

Sie als Verkäufer beeinflussen mit Ihrem Verhalten den Verlauf und damit den Erfolg des Verkaufsgesprächs. Die folgenden 7 goldenen Regeln helfen Ihnen dabei.

Den Kunden überzeugen – 7 goldene Regeln

- ☑ Versetzen Sie sich in die Lage des Kunden. Versuchen Sie zu verstehen, was den Kunden stört, wo Informationen fehlen, wo es Zweifel gibt oder wo Unsicherheiten liegen.
- ☑ Hören Sie freundlich, ruhig, geduldig, sachorientiert und verständnisvoll zu.
- ☑ Lassen Sie den Kunden ausreden und respektieren Sie dessen Meinung.
- ☑ Achten Sie auf Ihre Körpersprache. Wenden Sie sich immer dem Kunden zu und halten Sie Blickkontakt.
- ☑ Gefühle spielen für das Überzeugen vom Nutzen Ihres Angebotes eine wichtige Rolle. Sprechen Sie positive, angenehme Gefühle gewissermaßen an, zum Beispiel die Zufriedenheit anderer Kunden.
- ☑ Bleiben Sie gelassen und reden Sie entspannt.
- ☑ Informieren Sie sich über die Produkte. Gute Sortiments- und Produktkenntnisse unterstützen Ihre Ziele.

Vereinfachen Sie Ihre Kommunikation

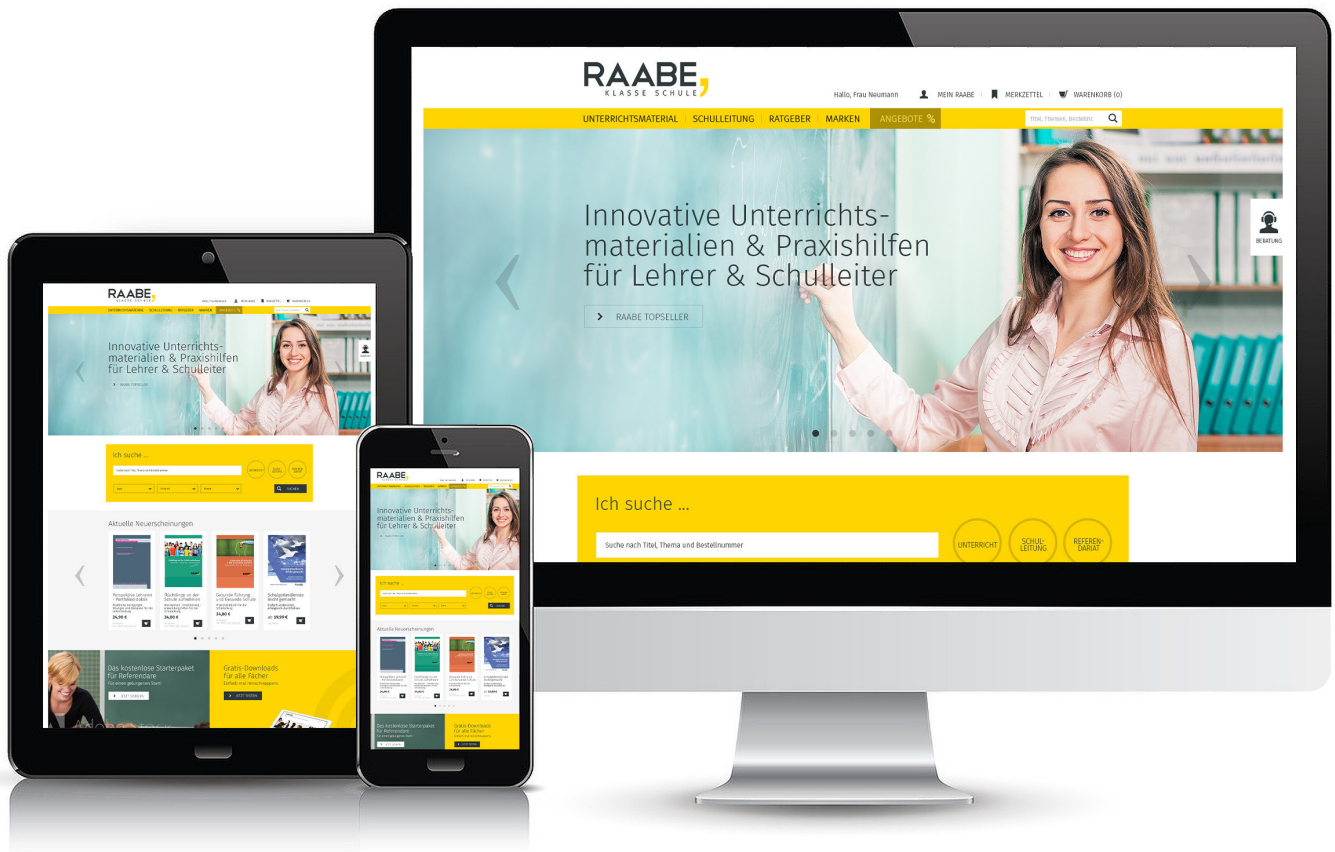


Aufgaben

1. Beschreiben Sie die Karikatur, auf der ein Verkäufer dargestellt ist.
2. Erläutern Sie die Aussage „Vereinfachen Sie Ihre Kommunikation“. Geben Sie Beispiele.
3. Formulieren Sie anhand der Karikatur einen Tipp für ein erfolgreiches Verkaufsgespräch.

Tipp: _____

Der RAABE Webshop: Schnell, übersichtlich, sicher!



Wir bieten Ihnen:



Schnelle und intuitive Produktsuche



Übersichtliches Kundenkonto



Komfortable Nutzung über
Computer, Tablet und Smartphone



Höhere Sicherheit durch
SSL-Verschlüsselung

Mehr unter: www.raabe.de