SCHOOL-SCOUT.DE

Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

Auszug aus:

So klappt's!

Das komplette Material finden Sie hier:

School-Scout.de

M 1

Die Lust am Einkaufen –
welche Gründe stecken dahinter?

Bild 1 Bild 2 Bild 3 Bild 4 Bild 5 Bild 6

Aufgaben
1. Schauen Sie sich die Fotos an. Welche Kaufmotive verbergen sich hinter den Bildern?
2. Finden Sie weitere Kaufmotive. Geben Sie auch passende Produktbeispiele.

So klappt's! – Verkaufsgespräche erfolgreich führen

© Thinkstock

Der Verkäufer sollte immer freundlich und sicher auftreten.

Mit Videos auf CD 15

Von Frank Gellert und Heike Mössinger, Kutzenhausen-Rommelsried

Illustrationen von Katja Rau

Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen, gehört in vielen Branchen zum Alltag. Vor allem Berufsanfänger sind oft unsicher im Umgang mit Kunden und stehen vor vielen Herausforderungen: Wie spreche ich die Kunden an? Wie eruiere ich Kundenwünsche? Und wie erkläre ich dem Kunden den Produktnutzen? In dieser Unterrichtseinheit setzen sich die Lernenden mit verschiedenen Kundentypen auseinander und lernen, wie sie auf diese richtig eingehen. Sie üben, Kundenwünsche zu erfragen, den Kunden vom Produktnutzen zu überzeugen und Einwände richtig zu behandeln. Richtiges und falsches Verkäuferverhalten analysieren Sie anhand von Videos und setzen das Gelernte selbst in Rollenspielen um.

Das Wichtigste auf einen Blick

Dauer: 7 Stunden

Kompetenzen
- Kaufmotive und Kundentypen identifizieren
- Verkaufsgespräche zielorientiert vorbereiten und durchführen
- das Produkt nutzenorientiert vorstellen
- auf Einwände richtig reagieren
- Fehlverhalten im Verkaufsgespräch erkennen
- Kommunikationstechniken im Verkaufsgespräch (z. B. Fragetechnik) gezielt einsetzen

Ihr Plus auf CD-ROM
6 Videoszenen, die Positiv- und Negativbeispiele in Verkaufsgesprächen zeigen

Fachliche Hinweise

Verkaufsgespräche zu führen, erfordert vom Verkäufer sehr viel Fingerspitzengefühl und Kommunikationsgeschick. Nicht umsonst gilt unter Marketingexperten der Ausspruch: „Der Kunde ist ein scheues Reh." Damit ein Verkaufsgespräch erfolgreich verläuft, hilft es, sich im Vorfeld einige Gedanken zu verschiedenen Kundentypen und zum Produkt zu machen und im Gespräch bestimmte Kommunikationstechniken einzusetzen.

Kundentypen unterscheiden

Ob ein Kunde eher entschlossen oder unentschlossen ist, ob er eher wenig oder viel spricht, erkennt man im Verkaufsgespräch sehr schnell. Hat man sich ein erstes Bild vom Kunden gemacht, gilt es, angemessen auf den Kunden zu reagieren. So sollte man zum Beispiel einer unentschlossenen Person klare Vorschläge unterbreiten und sie zur Entscheidung ermutigen. Einen Besserwisser sollte man für seine Kompetenz loben und nicht belehrend wirken, falls man ihn korrigieren möchte.

In dieser Unterrichtseinheit setzen sich die Schülerinnen und Schüler[1] mit sechs möglichen Kundentypen auseinander und lernen, wie sie auf diese am besten eingehen.

[1] Im weiteren Verlauf wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit nur „Schüler" verwendet.

Fragetechniken gezielt einsetzen

Ein wichtiges Instrument im Verkaufsgespräch ist der gezielte Einsatz von Fragen. Es gibt unterschiedliche Frageformen wie zum Beispiel die Ja-/Nein-Frage, die Alternativfrage oder die offene Frage – und der Verkäufer sollte sich dessen bewusst sein, wann er welche Frageform am besten einsetzt. Offene Fragen eignen sich zum Beispiel dazu, möglichst viele Informationen zu bekommen *(Wohin würden Sie gern in den Urlaub fahren?)*. Eine Ja-/Nein-Frage hingegen wird gestellt, um gezielt Kundenwünsche zu erfragen *(Fahren Sie gern in die Berge?)*.

Auf Einwände richtig reagieren

„Das muss ich mir noch überlegen." Kunden äußern oft Einwände und Verkäufer müssen herausfinden, welche Gründe sich hinter den Einwänden verbergen oder ob Einwände nicht einfach nur Vorwände sind.

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 „Gesichtsverlust" das Geschäft verlassen oder die Verhandlung beenden.

Didaktisch-methodische Hinweise

In dieser Unterrichtseinheit steht die praktische Anwendung im Vordergrund. Die Schüler erarbeiten sich anhand der Materialien wichtiges Hintergrundwissen zum Führen von Verkaufsgesprächen, das sie gezielt in kleineren Rollenspielen zwischendurch und am Ende der Unterrichtseinheit in einem größeren Rollenspiel umsetzen.

Zudem analysieren sie Videobeispiele mit positiven und negativen Verhaltensweisen von Verkäufern.

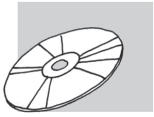
Stundenverlauf

1. Stunde	Warum kaufen wir gern? – Kaufmotive und Werbemöglichkeiten
Intention	Die Schüler beschäftigen sich zum Einstieg in das Thema „Verkaufsgespräche" mit den Grundmotiven, die zum Kauf von Produkten führen. Sie überlegen, welche Möglichkeiten ein Verkäufer oder das Marketing (als Verkaufsvorbereitung) nutzen, um diese Motive anzusprechen.
Materialien M 1–M 2	Als Einstiegsimpuls in den Themenbereich dient die Frage: „Warum kauft ein Kunde überhaupt?" Die Farbfolie **M 1** stellt dazu wichtige Grundmotive vor, die hinter vielen Kaufentscheidungen stecken. Die Schüler eruieren diese Kaufmotive und finden passende Produkte. Wie man in der Bewerbung und Kundenansprache gezielt auf die Kaufmotive eingehen kann, überlegen sich die Lernenden in **M 2.** Sie sammeln zu verschiedenen Produktbeispielen Einwirkungsmöglichkeiten.

2. Stunde	Wem verkaufe ich etwas? – Kundentypen und Kundennutzen
Intention	Die Schüler kennen verschiedene Kundentypen und wissen, wie sie am besten auf diese reagieren. Außerdem üben sie, wie sie im Gespräch Produktvorteile als Kundennutzen herausstellen.
Materialien M 3–M 4	In **M 3** setzen sich die Lernenden mit sechs Kundentypen auseinander. Sie charakterisieren diese und überlegen, wie sie am besten auf sie eingehen. **M 4** macht deutlich, dass ein Produkt nur dann Verkaufserfolg haben kann, wenn es dem Kunden einen entsprechenden Nutzen bietet. Die Schüler lernen, wie sie Produkteigenschaften nutzenorientiert formulieren, um dem Kunden einen Mehrwert zu bieten und üben das anhand von unterschiedlichen Produktbeispielen ein.

3./4. Stunde	Fragen und Einwände – eine Vorbereitung auf das Verkaufsgespräch
Intention	Die Schüler lernen wichtige Frageformen kennen und wissen, wofür sie diese einsetzen. Außerdem setzen sie sich mit möglichen Einwänden bzw. Vorwänden auseinander und erfahren, wie sie mit diesen am besten umgehen.
Materialien M 5–M 7	**M 5** stellt wichtige Frageformen für das Verkaufsgespräch vor. Die Schüler finden passende Beispiele und diskutieren, wann sie welche Frageform am sinnvollsten einsetzen. In **M 6** geht es um typische Einwände im Verkaufsgespräch. Die Schüler überlegen, welche Hintergründe diese Einwände haben und wie sie reagieren können, um die Einwände zu entkräften. In **M 7** wird die Preisverhandlung betrachtet. Als Vorbereitung auf ein Verkaufsgespräch wird anhand eines Fallbeispiels der Verhandlungsspielraum definiert. Dabei werden Optionen für Preisnachlässe, Zahlungskonditionen und Produktausstattung festgelegt.

5.–7. Stunde	Verkaufsgespräche in der Praxis – Videos und Rollenspiele
Intention	Die Schüler wenden das Gelernte an: Zunächst bewerten sie sechs Verkaufsgespräche von der CD. Anschließend entwickeln sie selbst ein Verkaufsgespräch, das im Plenum bewertet wird.
Materialien M 8–M 11	In **M 8** halten die Lernenden ihre Beobachtungen zur Gesprächsführung der Videoszenen fest. Sie vermerken Positiv- und Negativmerkmale im Gesprächsverhalten der Verkäufer. **M 9** und **M 10** dienen zur Vorbereitung auf das Verkaufsgespräch. M 9 ist ein Leitfaden und hilft den Schülern, ihr Verkaufsgespräch zu strukturieren. M 10 bietet Rollenkarten mit der Beschreibung der Kaufinteressenten. Anhand des Feedbackbogens **M 11** beurteilen die Zuschauer das Verhalten der Verkäufer.



Sie finden alle Materialien im veränderbaren Word-Format sowie die Videos auf der **CD RAAbits Deutsch Berufliche Schulen (CD 15).** Bei Bedarf können Sie die Materialien am Computer gezielt überarbeiten, um sie auf Ihre Lerngruppe abzustimmen.

Ergänzendes Material

CDs/DVDs

- Gellert/Mössinger: 25 Top-Übungen für Vertriebstrainings 2010. GABAL-Verlag, Jünger Medien, Offenbach. Preis: 39 Euro

Das Programm „25 Top-Übungen für Vertriebstrainings" enthält Aufgabenstellungen und Übungen für Marketing und Verkauf. Der erste Teil des Programms befasst sich mit strategischen und konzeptionellen Vorarbeiten zur Platzierung eines Produkt- oder Dienstleistungsangebots – von der Erarbeitung einer geeigneten Positionierung bis zur Erstellung eines Marketingkonzepts. Im zweiten Teil werden Kundengruppen und Kundentypen differenziert betrachtet. Die Teilnehmer lernen, wie sie aus Produkteigenschaften Kundennutzen formulieren und befassen sich mit den Motiven der Kaufentscheidung. Die Durchführung eines strukturierten Verkaufsgesprächs wird vorbereitet.

- Ja, aber ... – wie gehe ich richtig mit Einwänden um? (12 RAAbits Deutsch Berufliche Schulen, August 2011)

Falls Sie das Thema „Einwände" vertiefen möchten, können Sie auf diese Unterrichtseinheit zurückgreifen. Die Schüler analysieren verschiedene Einwände sprachlich, interpretieren aber auch Stimme und Körpersprache der Kunden. Im Anschluss daran setzen sie sich mit unterschiedlichen 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.

Internet

- www.lexware.de/werbung-und-verkauf/richtig-verkaufen-wie-fuehre-ich-ein-erfolgreiches-verkaufsgespraech

Ergänzend zu den Videos in M 8 können Sie den Clip „Verkaufsgespräche erfolgreich führen: So geht's" präsentieren (Dauer: ca. 3 Minuten). In diesem schauen die Schüler dem Verkaufstalent Willy über die Schulter und wiederholen die wichtigsten Verkaufstricks.

Materialübersicht

1. Stunde **Warum kaufen wir gern? – Kaufmotive und Werbemöglichkeiten**

M 1 (Fo) Die Lust am Einkaufen – welche Gründe stecken dahinter?

M 2 (Ab) Wie werbe ich für mein Produkt? – Ein Brainstorming

2. Stunde **Wem verkaufe ich etwas? – Kundentypen und Kundennutzen**

M 3 (Ab) Was ist das für ein Typ? – Verschiedene Kundentypen näher betrachten

M 4 (Ab) Was bietet mein Produkt dem Kunden? – Den Kundennutzen aufzeigen

3./4. Stunde **Fragen und Einwände – eine Vorbereitung auf das Verkaufsgespräch**

M 5 (Ab) Wer fragt, der führt – Frageformen zielführend einsetzen

M 6 (Ab) Warum kauft der Kunde nicht? – Mögliche Einwände und Gegenargumente

M 7 (Ab) Das ist mir zu teuer! – Wie Sie auf diesen Einwand reagieren

5.–7. Stunde **Verkaufsgespräche in der Praxis – Videos und Rollenspiele**

M 8 (Ab) Verkaufsgespräche im Einzelhandel – Videoszenen bewerten *CD 15 Viedos 1–6*

M 9 (Ab) So gehe ich im Verkaufsgespräch vor – ein Leitfaden

M 10 (Tx) Rollenkarten für Verkaufsgespräche

M 11 (Ab) Den Verkäufer bewerten – ein Feedbackbogen

Bedeutung der Abkürzungen

Ab: Arbeitsblatt; **Fo:** Folie; **Tx:** Text

Minimalplan

Sie haben nur zwei Stunden zur Verfügung? So können Sie die wichtigsten Inhalte erarbeiten:

Zeigen Sie Ihren Schülern die sechs Videosequenzen und lassen sie diese kritisch analysieren (M 8). Besprechen Sie anschließend den Gesprächsleitfaden M 9 für ein Verkaufsgespräch mit den Lernenden.

SCHOOL-SCOUT.DE

Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

Auszug aus:

So klappt's!

Das komplette Material finden Sie hier:

School-Scout.de

M 1

Die Lust am Einkaufen –
welche Gründe stecken dahinter?

Bild 1 Bild 2 Bild 3 Bild 4 Bild 5 Bild 6

Aufgaben
1. Schauen Sie sich die Fotos an. Welche Kaufmotive verbergen sich hinter den Bildern?
2. Finden Sie weitere Kaufmotive. Geben Sie auch passende Produktbeispiele.