

# **KAUF MICH! IHR PRODUKT ALS LÖSUNG VON KUNDENPROBLEMEN**

[Home](#) » [Kolumnen & Co.](#) » [Themenserien](#) » Kauf mich! Ihr Produkt als Lösung von Kundenproblemen

JUN 30 2015 • THEMENSERIEN, TOP THEMEN, VERTRIEB & VERKAUF • KEINE KOMMENTARE ZU KAUF MICH! IHR PRODUKT ALS LÖSUNG VON KUNDENPROBLEMEN

---

**Wer ein Produkt verkaufen will, der muss den Kunden überzeugen. Und zwar davon, dass das Produkt die Lösung seiner Probleme ist. Allerdings gilt: Verkäufer dürfen sich nicht in Allgemeinplätze flüchten, sondern müssen individuell auf jeden Kunden eingehen. Nur dann bekommt dieser das Gefühl, dass der Kauf eine gute Lösung ist. In ihrem heutigen Beitrag zur Themenserie „Erfolgsfaktor Stimme“ gibt **Barbara Blagusz** Tipps, wie Sie Kunden von Ihrer Lösung überzeugen.**

## **Werbung ist Kommunikation**

Wer wirbt – egal ob um die Hand der Geliebten oder um den Kunden, will verstanden werden. Es geht darum, die „richtigen“ Worte zu finden. Für Verkäufer heißt das: sich auf der Homepage des Kunden einzulesen, ein Zielgruppen-Vokabular zu erfassen, ein Gefühl für den richtigen Ton zu entwickeln. Denn ein Produkt kann – bei gleicher inhaltlicher Aussage – in vielen Formen wiedergegeben werden. Und nur wer die Sprache seines Kunden spricht, wer seinen Ton trifft, hat Chancen auf Erfolg. Das gilt nicht nur für den Erstkontakt, sondern auch für E-Mail- oder Schriftverkehr.

Wörter machen Bilder im Kopf und sie begrenzen sie. Was sprachlich nicht formuliert werden kann, wird auch nicht den Weg in die Köpfe und Herzen Ihrer Kunden finden. Überfällt ein Verkäufer seinen Kunden mit Fachchinesisch, bleibt er wohl auf seinem Produkt sitzen. Und dasselbe passiert, wenn er unfreundlich mit ihnen redet. Denn wir haben sehr feine Antennen, wenn es darum geht, zu verstehen, wie eine Botschaft gemeint ist.

## **Wie Sie auf den Punkt bringen, was Kunden hören wollen**



Überzeugen Sie Ihre Kunden von Ihrer Lösung. (Bild: Alejandro Escamilla / unsplash.com)

Rücken Sie in den Fokus, was wirklich wichtig ist. Wie oft bemerken Sie, dass ein Kunde Sie nicht versteht? Dass ihm oder ihr nicht wirklich klar ist, welchen Nutzen er oder sie von Ihrem Angebot hat. Was tun die meisten Berater in diesem Fall? Genau. Sie bringen noch mehr Vorteile und Nutzenargumente. Das ist grundsätzlich kein schlechter Gedanke. Doch es liegt nicht an der Menge der Argumente, wenn Kunden den Wert nicht verstehen. Es liegt an der Auswahl.

Es gibt einen anderen Grund, warum Kunden nicht erkennen, wie gut Ihr Angebot für sie ist. Es liegt daran, dass Sie nicht sagen, was Ihre Kunden wirklich hören wollen.

Die meisten Kunden denken: Meine Situation ist ganz anders. Ich bin besonders, bei mir liegen andere Voraussetzungen vor. Das mag für andere funktionieren – doch in unserem Unternehmen ist die Sache ganz speziell.

## **Mehr Verkaufsargumente = Mehr Zweifel**

Die meisten Verkäufer nennen viele Nutzenargumente – so haben sie es gelernt. Doch wenn Sie nicht sagen, was Ihre Kunden hören wollen, versteht Ihr Kunde nicht, was die Argumente mit seinem Problem zu tun haben.

Was für den einen Kunden ein Vorteil Ihres Angebots ist, ist für den anderen vollkommen egal. Verkaufsbotschaften sind erst dann wirksam, wenn Sie die Lösung mit dem Problem Ihres Kunden verbinden. Nur dann kann Ihr Kunden einen Bezug zu sich und seiner Situation herstellen.

## **Tipp! 3 Schritte für eine optimale Nutzen-Formulierung – Ihr Produkt als Lösung**

Die folgenden drei Fragen können Ihnen dabei helfen, Ihre Botschaft besser zu formulieren.

### **Frage 1**

Notieren Sie, welches Problem Ihr Kunde hat – Formulieren Sie dies auch aus. Viele Menschen haben einen starken „weg von meinem Problem-Antreiber“ der ihren Fokus auf dem Problem verweilen lässt.

### **Frage 2**

Warum ich? Oder: Wie genau und In welcher Form löst Ihr Angebot das Problem Ihres Kunden?

### **Frage 3**

„das bedeutet“ – jetzt kommt der Nutzen speziell für diesen einen Kunden. Sie verknüpfen auf diese Weise das Problem, das Ihr Kunde hat, mit Ihrer Lösung (hin zu einer Lösung-Antreiber).

### **Ein Beispiel:**

Wenn ich mit einem Kunden zusammen sitze, kann ich sagen: sozusagen zeigt, wie Sie mit Ihrer Stimme zukünftig Missverständnisse vermeiden und nie mehr unsichere Botschaften schicken werden (weg von). Sie lernen damit Verkaufsgespräche kompetent und überzeugend zu führen.

Das bedeutet, Sie gewinnen mehr Aufträge, bei weniger Energieaufwand und weniger unproduktiver Arbeitszeit. Dadurch steigen Ihre Gewinne und Ihre Kosten sinken.

Ich habe unsere Lösung – eine einfache Methode, um Verkaufsgespräche schneller abzuschließen – mit seinem Problem verknüpft.

Das Ergebnis: Er sieht eine individuelle Lösung für sein spezielles Problem.

## **Fazit**

Wenn Sie den Nutzen Ihres Angebots nicht in Verbindung mit einem Problem Ihres Kunden bringen, hilft kein Verkaufsargument.

Wenn Sie jedoch den Nutzen Ihres Angebots mit einem Problem Ihres Kunden verknüpfen, steigern Sie Ihre Chance auf den Auftrag. Viel Erfolg damit!

Mehr rund um überzeugende Sprache finden Sie auf [www.sozusagen.at](http://www.sozusagen.at).

**Ihre**

**Barbara Blagusz**

## **Über Barbara Blagusz**



Barbara Blagusz ist Kommunikationstrainerin und Top-Speakerin zu Motivation, Kundenservice und Vertriebsmanagement (Bild: © Barbara Blagusz)

Barbara Blagusz ist die einzige Stimm- und Sprechtechniktrainerin im deutschsprachigen Raum, die direkt aus dem Verkauf kommt. Sie ist Autorin des Buches „Erfolgsfaktor Stimme“. Seit mehr als 20 Jahren ist sie erfolgreich als Kommunikationstrainerin und Top-Speakerin in den Bereichen Motivation, Kundenservice sowie Vertriebsmanagement und hat in ihren Seminaren bereits tausende Teilnehmer mit dem Machtfaktor Stimme begeistert. Aus dieser Erfahrung schöpft sie, wenn sie über den unbewussten Machtfaktor Stimme in Beratung, Führung und Verkauf spricht. Sie ist Expertin, wenn es um schwierige Kommunikationssituationen geht und wurde dreimal „Trainerin des Jahres“. Ob herausfordernde Kundensituationen am Telefon, Reklamationen, knifflige Verhandlungen oder mitreißende Präsentationen – profitieren Sie von ihrer jahrelangen Erfahrung im Management und Vertrieb!

Mit ihrem Konzept „Der Stimmcode©“ bereitet Sie Führungskräfte und Mitarbeiter im Verkauf praxisnah auf herausfordernde Gespräch vor. Dabei demonstriert sie humorvoll eine Fülle an praktischen und sofort anwendbaren Tipps authentisch und mit wandelbarem Stimmeinsatz. Barbara Blagusz verbindet überzeugend wissenschaftliches Know How mit wertvollem Nutzen für den Alltag – Praxistipps für den Verkaufsprofi sozusagen.

Mehr erfahren Sie zu ihrer Person auf dem Expertenprofil von Barbara Blagusz und unter [www.sozusagen.at](http://www.sozusagen.at)