



DEUTSCHLAND SUCHT DEN SUPER- MÖBELVERKÄUFER

Was hat die beliebte Fernsehshow „Deutschland sucht den Superstar“ mit Möbelverkauf zu tun?

Mittelmäßige Verkäufer verhalten sich genauso wie extrem schlechte DSDS-Kandidaten.

Man kann von jedem Menschen etwas lernen, und wenn er nur als schlechtes Beispiel dient. Heute lernen wir von schlechten DSDS-Kandidaten und von Möbelverkäufern, die ihnen nacheifern.

BEI DEN VORAUSWAHLEN ZU DSDS GIBT ES **DREI ARTEN** VON KANDIDATEN.

- 1.** Erstens die tatsächlichen potenziellen Gewinner, mit Talent, vernünftiger Stimme, gutem Auftreten und Sympathiewerten.
- 2.** Die zweite Gruppe sind die mittelmäßigen, sie sind okay, aber nicht besonders.
- 3.** Und dann gibt es die dritte Kategorie: die komplett Verrückten. Diese wirken oft verhaltensauffällig, egomanisch, haben Stimmen, die Glas zum Zerbersten bringen können. Sie sind seltsam angezogen und wirken exzentrisch.

Eine weitere Eigenschaft, die alle Kandidaten der Kategorie 3 gemeinsam haben, ist, dass sie selbst ihre größten Fans sind. Sie glauben wirklich, dass sie die besten Sänger der Welt sind und gehen fest davon aus, dass die Jury begeistert sein wird.

Je schlechter sie sind, desto überzeugter sind sie von sich selbst (dahinter steckt der Dunning-Kruger-Effekt*).

Das wäre witzig, wenn es nicht eigentlich traurig wäre. Sie haben keine Ahnung von ihren eigenen Fähigkeiten oder vom Fehlen derselben. Und sie wissen nicht, wie schlecht sie darin sind, mit dem Publikum eine Beziehung aufzubauen. Wenn sie rausfliegen, beschimpfen sie auch noch das Publikum. Sie suchen das Problem nie bei sich selber.

* Mehr zum Dunning-Kruger-Effekt können Sie in dem Website-Blog-Artikel *Warum so viele Ignoranten in Führungspositionen sind* bit.ly/ignoranten-fuehrung nachlesen.



DEUTSCHLAND SUCHT DEN SUPER-MÖBELVERKÄUFER

Hier schlagen wir die Brücke zum sogenannten „Verkaufsprofi“ im Möbelhandel.

In den letzten Jahren ist mir aufgefallen, dass die Einrichtungsberater, die am schlimmsten verkaufen (und damit meine ich nicht nur den Umsatz, sondern was sie dem Kunden antun), überzeugt davon scheinen, dass sie wüssten, was sie tun, während sie weiterhin die Verhaltensweisen an den Tag legen, die noch nie funktioniert haben, jetzt nicht funktionieren und auch nie funktionieren werden.

Die meisten Möbelverkäufer tun sogar genau das Gegenteil davon was funktioniert.

Lassen Sie mich Ihnen ein paar Beispiele geben:

- *Menschen (d. h. auch Kunden) entscheiden in Sekundenbruchteilen*, ob sie mit jemandem in Kontakt treten wollen. Statt dem Kunden in Bewegung, aktiv und offen zu begegnen, stehen diese „Profiverkäufer“ oft in Gruppen oder sitzen in Beamtenpose hinter Schreibtischen (die im Möbelhandel seltsamerweise „Verkäuferarbeitsplatz“ genannt werden – aber das ist ein Thema für einen extra Website-Blog-Artikel im „Verkaufssteuerer“ www.thomaswittconsulting.de/verkaufssteuerer – dem Blog von Thomas Witt Consulting).
- *Menschen hassen es, beobachtet zu werden*. Das macht ein *lange Leine lassen und den Kunden erst einmal beobachten* zur beliebtesten Kontaktstrategie der „Verkaufsprofis“.
- *Kunden lassen sich nicht gerne helfen* (im Zivildienst war es zwar anders, im Möbelhandel gilt dieses nicht) und antworten auf geschlossene, d. h. Ja-/Nein-Fragen mehrheitlich mit „Nein“. Daher ist „*Kann ich Ihnen helfen?*“ die Kontaktfrage Nummer 1 im Möbelhandel.
- Seit mehreren hundert Jahren ist bekannt, dass einem Verkaufsgespräch über beratungsintensive Produkte eine Bedarfsermittlung vorausgehen sollte. Der Möbelprofi beginnt aber begeistert seine „Museumsführung“ wenige Sekunden, nachdem der Besucher zögernd zugegeben hat, nach welcher Warengruppe er sucht. Dann zeigt er so lange nach dem Zufallsprinzip Ware, bis der Kunde so verwirrt ist, dass er behauptet, am helligen Tage schlafen zu wollen.

Diese Kategorie Verkäufer würde wesentlich weiter kommen, wenn sie sich erstmal Zeit dafür nehmen würden, ein paar Worte mit dem Kunden zu wechseln, die nichts mit dem Geschäft an sich zu tun haben, um sich dann für die Situation des Kunden, seine Wünsche und Träume zu interessieren. *Wer fragt, der führt* ist nicht umsonst ein stehender Begriff.

Wir beobachten aber wesentlich häufiger, dass diese Kandidaten die meiste Zeit damit verbringen, Ware zu zeigen (*woher sollen sie wissen, dass es die richtige ist?*), die Vorzüge (*für wen eigentlich?*) zu erklären und generell ungefähr 99 % der Unterhaltung ohne Rückmeldung des Kunden zu bestreiten.

Sehen Sie die Verbindung zu den tragikomischen DSDS-Kandidaten? *Denen geht es auch einzig und allein um sich selber, den Ruhm, das Geld, die Anerkennung*. Es geht ihnen darum, zu zeigen wie toll sie sind, völlig ohne Antenne dafür, wie ihr Gesang wirkt. Sie sind so überzeugt von sich selber, dass sie Rückmeldungen der Umwelt nicht mehr wahrnehmen können.

Im Verkauf ist es oft das Gleiche. *Die Verkäufer sind oft fokussiert auf sich selber, ihre tollen Produkte, deren Vorzüge und vor allem auf ihr eigenes Geschwätz*.

Das Problem ist, dass es im Möbelhandel keinen Dieter Bohlen gibt, der diesen Verkäufern in seiner einmaligen Art sagt, wie Panne sie sind. Noch schlimmer: Es gibt überhaupt keine Jury. *Der Kunde sagt „Vielen Dank!“ und stimmt mit den Füßen ab*. Niemand merkt's, wenn wieder ein Verkäufer einen Besucher vergrault hat!

Für einen Möbelhändler der alten Art ist ein Verkäufer dann schlecht, wenn er nichts verkauft.

Für mich ist ein Verkäufer auch dann schlecht, wenn er schlecht verkauft! Er verbrennt nämlich Frequenz. Und die ist knapp!

DEUTSCHLAND SUCHT DEN SUPER-MÖBELVERKÄUFER

Da aber die meisten Verkäufer völlig ungesteuert ansprechen,

- wann sie wollen,
- wen sie wollen und
- wie sie wollen,

können sie gar nicht besser werden. So wie der DSDS-Kandidat, der von Herrn Bohlen wiederholt aus der Sendung geworfen wurde, sich verkleidet und unter falschem Namen immer wieder bewirbt, machen die „Verkaufsprofis“ immer wieder die gleichen Fehler.

Wussten Sie, dass über 80 % aller verpatzten Chancen auf fünf Verkäuferfehler zurückzuführen sind?

Der Kunde sagt am Ende eines verpatzten Verkaufsgesprächs (oder besser: Verkaufsmonologs): „Vielen Dank für die gute Beratung.“ Der Verkäufer sagt: „Hier ist meine Karte. Mittwoch ist mein freier Tag.“ Wenn ich dann im Training frage: „Und wann kommt der Kunde wieder, wenn überhaupt?“ rufen die Verkäufer jedes Mal im Chor „Mittwoch natürlich!“ und lachen!

Wie muss denn das Lied gesungen werden, damit der Kunde uns nicht „mit den Füßen ausbuht“?

- *Erstmal muss man verstehen, dass der Kunde nicht gerade darauf brennt, mit uns zu reden.* Genauso wie Herr Bohlen nicht auf den tausendsten unbegabten, selbstverliebten Hobbykünstler gewartet hat, hat jeder Möbelhausbesucher seine Erfahrungen mit ebensolchen Verkäufern gemacht. Nur dass Herr Bohlen dafür bezahlt wird, trotzdem zuzuhören...
- *Die meisten Kunden wissen zunächst nicht, was sie genau wollen, sondern sind nur vage mit ihrer Einrichtung unzufrieden. Sie brauchen keine Möbel, sondern wünschen sich Inspiration und ein gutes Gefühl.* Wenn wir diese Kunden mit „Kann ich Ihnen helfen?“ oder „Was suchen Sie denn Schönes?“ ansprechen, antworten diese wahrheitsgemäß „Wir wollen nur mal schauen.“

Das Lied, das wir anstimmen müssten, lautet:



Ich habe noch keinen Menschen erlebt, der bei diesem Lied nicht zugehört hätte.
Es wird nur im Möbelhandel viel zu selten gesungen.

DAS LIED DES ERFOLGREICHEN MÖBELVERKÄUFERS



„Ich bin ein Mensch, Du bist ein Mensch.

Ich bin ok – Du bist ok!

Du bist mir als Mensch

(nicht als Brieftasche) wichtig.

Ich interessiere mich für Dich, Deine

Situation und Dein Leben.

Wenn ich kann, will ich helfen, Dein Leben

mit Möbeln schöner zu machen.

Dazu will ich Dich wie einen geschätzten

Gast auf meiner Party behandeln,

egal ob Du am Ende kaufst oder nicht.

Ich werde Dir zuhören,

denn ich will mehr über Deine Situation

und Deine Wünsche wissen.

Ich werde Dir Dinge zeigen,

für die Du Dich interessierst.

Ich werde Dir von Produkteigenschaften

erzählen, die genau für Dich

einen Nutzen bedeuten.

Ich werde Dir Geschichten erzählen

von Menschen die genauso sind wie Du.

Ich will Dir Lösungen präsentieren, die

auf Deine Bedürfnisse zugeschnitten sind.

Ich werde Dir zuhören.

Ich werde Dich ernst nehmen.

Ich werde Dein Wohl im Auge behalten und

Ich werde meine Versprechen einhalten.“

Thomas Witt



DEUTSCHLAND SUCHT DEN SUPER-MÖBELVERKÄUFER

Schnauze voll von „Kann ich Ihnen helfen“, „Museumsführungen“ im Möbelhaus und Kunden, die Sie abwimmeln? Dann lernen Sie einen kundenorientierten Verkaufsprozess für den Möbelhandel kennen!

In unserem Online-Video-Verkaufskurs lernen Sie eine einfache (aber nicht leichte) Systematik kennen, mit der Sie über 80 % aller Möbelhaus-Besucher in ein Beratungsgespräch verwickeln können. 20 % bis 30 % mehr Umsatz können Sie somit erreichen und – noch viel wichtiger – einen Zugewinn an Spaß an Ihrer täglichen Arbeit (durch einen positiven Kundenkontakt und den sich daraus entwickelnden Beratungsgesprächen).

In neun Videos erarbeiten Sie die ersten drei Treppenstufen unserer „Treppenmethode für den Möbelverkauf“. Und um Ihr neu erlerntes Wissen auch nach Abschluss des Online-Video-Verkaufskurses weiterhin vertiefen zu können, erhalten Sie einen Link zu vielen kostenlosen Download-Dateien.

Zusätzlich erhalten Sie unbegrenzte und kostenlose Gesprächszeit mit mir (zwei Wochen lang nach Abschluss des Online-Video-Verkaufskurses), in der Sie mir all Ihre Fragen zum Verkaufen stellen können.

ONLINE-VIDEO-VERKAUFSKURS

Unser kostenloses Trainingsprogramm für Möbelverkäufer



Jetzt anmelden!

www.thomaswittconsulting.de/onlinekurs

Melden Sie sich an – Sie werden es nicht bereuen!

Dieser Artikel ist Bestandteil von „Die Verkaufsmaschine“ www.thomaswittconsulting.de/verkaufssteuerer – dem Blog von Thomas Witt Consulting. Kostenfreie Tipps und Verkaufswerkzeuge für den Möbelhandel – Nur für ehrgeizige und motivierte Möbelverkäufer und deren Führungskräfte.



Meine Leidenschaft ist, menschliches Verhalten zu verstehen und zu beeinflussen, um positive Entwicklungen zu bewirken. „Man kann Menschen nur bewegen, wenn man sie versteht“, ist mein Motto.

Und wie wir alle wissen, gibt es viel zu tun. **Sprechen Sie mich an!**



THOMAS WITT | GmbH
CONSULTING

Thomas Witt Consulting GmbH

Hanauer Straße 10 · 61118 Bad Vilbel · Telefon: 06101 / 995 31 44
witt@thomaswittconsulting.de · www.thomaswittconsulting.de