

# CHECKLISTE: MÖBELEINKAUFSERLEBNIS

Name:

Datum:

Möchten Sie den Verkaufsprozess Ihres Möbelhauses oder den der Konkurrenz analysieren? Dann wird Ihnen folgende Checkliste helfen. Gehen Sie in Ruhe durch das Möbelhaus, seien Sie offen für Verkäuferkontakte und lassen Sie das Erlebte auf sich wirken. Vergeben Sie bei jeder „Ja“-Antwort einen Punkt und bei den roten Fragen einen Minuspunkt. Zum Schluss addieren Sie die Punktzahl.

0. Generelles	Ja	Notizen
a. Waren Verkäufer sichtbar auf den Füßen?		
b. Wurden Sie sofort und freundlich begrüßt?		
c. Wurden Sie in den ersten drei Min., nachdem Sie sich sichtlich für Ware interessierten, kontaktiert?		
d. <b>Mussten Sie nach über drei Min. Wareninteresse einen Verkäufer kontaktieren?</b>		
e. War ein Verkaufssteuerer sichtbar auf der Fläche?		
f. Wurden Sie von einem Verkaufssteuerer anbedient?		

1. Äußeres	Ja	Notizen
a. Kleidung professionell (keine zerrissenen Jeans, Turnschuhe)? Beschreiben Sie Kleidung und äußeren Eindruck auf einem separaten Blatt.		
b. Auf den Füßen /in Bewegung?		
c. Mappe dabei?		



# CHECKLISTE: MÖBELEINKAUFSERLEBNIS

2. Ansprache	Ja	Notizen
a. Kontakt erfolgt aktiv nachdem Wegeführung verlassen / 30 Sek. gestoppt?		
b. Preisfrage / Warenfrage des Kunden beantwortet (anstatt Gegenfrage)?		
c. Kontakt (Frage nach der Ware) erfolgt von der Seite / Hinten ohne Blickkontakt?		
d. KIIH <sup>1</sup> oder ähnliche Hilfe-Frage benutzt?		
e. Verkäufer lächelt bei der Kontaktaufnahme und sucht zunächst Blickkontakt?		
f. Eisbrecher eingesetzt (bis zum ersten Lächeln / einfache Fragen beantwortet)?		
g. Kernsatz („ <i>Wonach möchten Sie sich umschauen?</i> “) benutzt?		
h. HHH <sup>1</sup> angewandt (drei Fragen nach Warengruppe)?		
i. Aufbruch Richtung Ware ohne Frage „ <i>Das haben wir, ich gehe mal vor.</i> “?		

1 KIIH = „Kann ich Ihnen helfen?“ | HHH = Höfliche Hartnäckigkeit hilft!

3. Kommunikationsskizze	Ja	Notizen
a. Beziehungsfragen / Smalltalk auf dem Weg zur Ware (woher, Stammkunde)?		
b. Skizze vor dem Warezeigen?		
c. Kunden zum Sitzen bekommen?		
d. Vorgestellt und Name erfragt / notiert?		



# CHECKLISTE: MÖBELEINKAUFSERLEBNIS

4. Bedarfsermittlung (mind. 5 W-Fragen)	Ja	Notizen
a. Ware gezeigt ohne Bedarfsermittlung?		
b. „Worauf kommt es Ihnen beim Kauf von ... an?“ gefolgt von: „Was bedeutet ... für Sie?“		
c. Wann benötigt?		
d. Wie teuer (Budgetfrage)?		
e. Wohin (Raumskizze Ist-Situation)?		
f. Warum (Warum jetzt und warum bei uns)?		
g. Wie will der Kunde zahlen?		
h. Doppelt soviel gefragt und zugehört wie geredet?		

5. Beratung	Ja	Notizen
a. Klarer Plan erkennbar welche Ware in welcher Reihenfolge präsentiert wird?		
b. Produktpräsentation mit Tatsachen-Nutzen?		
c. Gelegenheiten zur Demonstration genutzt?		
d. Kunden Gelegenheit gegeben, selber aktiv zu werden (Funktionen bedienen, Leder fühlen, Sitzhärten testen, etc.)?		
e. Zwischenabschlüsse benutzt („Wie finden Sie das?“, „Ist das – dieses Merkmal – ... für Sie wichtig?“)?		
f. Zwischenabschlüsse/Entscheidungen des Kunden klar sichtbar notiert?		



# CHECKLISTE: MÖBELEINKAUFSERLEBNIS

6. Einwandbehandlung	Ja	Notizen
a. Bei auftretenden Einwänden (Schlafen, Messen, etc.) den EWB-Prozess <sup>1</sup> benutzt (nicht sofort geantwortet)?		
b. Einwand nicht zu ende angehört/ Kunden unterbrochen?		
c. Körpersprache gepuffert (zurück- lehnen, lächeln, nickend und auf- merksam zuhören)?		
d. Puffer eingesetzt?		
e. Nachgefragt?		
f. Einwand isoliert?		
g. Einwand beantwortet (erst nach Stufen c. – f.)?		
h. Abschlussversuch nach EWB <sup>1</sup> ?		

<sup>1</sup> EWB = Einwandbehandlung

7. Abschluss	Ja	Notizen
a. Gewährt, stellt in Aussicht oder sagt einen unautorisierten Rabatt zu?		
b. Ja-Straße aufgebaut?		
c. Abschlussversuch gemacht?		
d. Abschlussentscheidung („Ich schreibe das jetzt so auf...“, keine Frage), danach sofort geschrieben?		



# CHECKLISTE: MÖBELEINKAUFSERLEBNIS

## 8. Zweites Gesicht

Ja

Notizen

a. Zweites Gesicht aufgebaut wenn  
Kunde sich nicht entscheiden wollte?

b. Preisverteidigung gemacht?

c. Kernsatz für Zweites Gesichts aufbau  
benutzt?

d. Name, Ort, Budget war klar,  
Zweites Gesicht wichtig vorgestellt?

e. KV und Skizze auf dem Tisch?

## 9. Nacharbeit

Ja

Notizen

a. Verbleibt verbindlich mit dem Kunden  
(Termin oder Anruf vereinbart)?

b. Telefonnummer erfragt und notiert?

c. Innerhalb von 72 Std. nachtelefoniert?

40 – 49 Punkte: Sehr gut! Wir können über Feintuning reden, aber Sie machen schon viel richtig.

30 – 39 Punkte: Gut! Melden Sie sich bei mir und ich gebe Ihnen kostenlose Tipps zu den Bereichen, die Sie optimieren können und wollen.

20 – 29 Punkte: Okay. Da geht noch was! Rufen Sie mich an! Sie haben 20 – 30 % Umsatzpotenzial, das Sie zur Zeit verschenken.

< 20 Punkte: Derselbe Verkaufsprozess wie überall – ungesteuert, tagesform & personenabhängig. Melden Sie sich unbedingt zu einer kostenfreien Verkaufspotenzialanalyse an: [bit.ly/verkaufspotenzialanalyse](https://bit.ly/verkaufspotenzialanalyse)

Die Summe all Ihrer Punkte



Unser Wissen verschenken wir gerne, denn wir verkaufen Verhaltensänderung.

Wenn Ihnen der Inhalt oder Sinn einiger Fragen nicht klar ist,  
**schreiben Sie mir einfach eine E-Mail** oder **rufen 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