



HOLZHAUS.KU

Verkaufsargumente

Mit Strategie zum Geschäftsabschluss

► Manchmal fehlen sogar dem Holzbauer die richtigen Worte – nämlich dann, wenn er einen potenziellen Häuslebauer an die Konkurrenz verliert. Wer die richtige Strategie hat, kann sich viel öfter über einen neuen Kunden und steigende Umsätze freuen.



► Für die Baubegleiterin Tanja Hauptstock ist klar: Über den Holzbau wird mehr geredet als über den Massivbau

◄ Der Traum vieler Bauherren. Doch Holzhausbauherren sind oft besonders anspruchsvolle Kunden

Familie Baier hat vor zwei Jahren in Dortmund ein Holzhaus gebaut. Die Bauherren haben sich vorher umfassend mit dem Baustoff auseinandergesetzt, Baumessen besucht, mit Bekannten gesprochen und dann ihre Entscheidung getroffen. Mit dieser Vorgehensweise sind sie kein Einzelfall. Denn Bauherren von Holzhäusern sind meist gut informiert. Das macht sie aber auch zu anspruchsvollen Kunden, mit denen sich der Holzbauunternehmer intensiv befassen muss, um einen erfolgreichen Geschäftsabschluss zu erreichen.

Für viele Holzbauer schaut der Alltag oft eher so aus: Das Erstgespräch mit dem potenziellen Bauherren ist



5000

eigentlich ganz gut gelaufen, der Kunde ist trotzdem weg. Was kann man dagegen tun? Wer einige Grundsätze beherzigt, hat gute Chancen, dass der Kunde bleibt und zu einem zufriedenen Bauherren wird. Denn auch wenn der Betrieb nicht so groß ist, dass es eine eigene Verkaufsabteilung gibt, kann man im Verkauf professionell agieren.

Wer die Geschäftsanbahnung künftig richtig angehen will, sollte sich einmal die Zeit nehmen, seine Strategie festzulegen. Denn der wichtigste Ratschlag für ein gutes Gespräch lautet: Legen Sie sich ein Konzept zurecht. Wer sich einmal die Mühe macht, schriftlich festzuhalten,

was im Verlauf der Gespräche wichtig ist, wie man vorgehen möchte und worauf man achten sollte, hat später ein leichteres Spiel. So bewegt man sich in einem festgelegten Rahmen und kann seinen Leitfaden bei Unsicherheiten jederzeit aus der Schublade ziehen.

Erstes Ziel: Den Kundenwunsch erkennen

Die Beziehung zum Kunden steht und fällt mit dem Erstgespräch. Der erste Kontakt dient dazu, sich kennenzulernen und Vertrauen aufzubauen. Inhaltlich sollte es um die Wünsche des Kunden und seinen Wissenstand zum Produkt gehen. „Holen Sie den Kunden ab“, lautet der Ratschlag des Verkaufs- und Wirtschaftspsychologen Hans Eicher. Was weiß der Bauherr über den Baustoff Holz, welche Ansprüche hat er an sein neues Heim, wo besteht noch Informationsbedarf?

Generell kann man davon ausgehen, dass sich der Bauherr eines Holzhauses schon umfassend mit dem Thema auseinandergesetzt hat, berichtet Jürgen Ellerkamp, Geschäftsführer im Bereich Vertrieb des Ahauser Holzbauunternehmens Terhalle. „Unsere Kunden stellen Fragen über Fragen. Holzhausbauherren sind definitiv anspruchsvolle Kunden“, berichtet Ellerkamp und erläutert an einem Beispiel: „Wir haben ein Doppelhaus gebaut, bei dem die eine Seite massiv, die andere aus Holz gefertigt war. Zum Holzbaukunden hatten wir auch während der Bauzeit intensiven Kontakt, den Bauherren des Massivhauses habe ich so gut wie nie gesehen.“

Die Drittel-Formel hilft

Im Gespräch agiert der Verkäufer besser mit Fragen und bombardiert den Kunden nicht mit zu viel Information auf einmal. Sonst kann schnell der Effekt des „Oversellings“, des zu sehr Anpreisens, entstehen. Zur Orientierung kann man sich an eine Drittel-Formel halten: Zwei Drittel des Gesprächs sollte der Kunde bestreiten, ein Drittel

der Verkäufer. Gezielte Fragen helfen einem bei der Ermittlung des Kundenwunsches oft mehr, als mit viel Fachwissen zu glänzen. Mit den richtigen Fragen kann man ein Gespräch in die gewünschte Richtung steuern. Eine optimale Strategie hat entwickelt, wer es schafft, mit seinen Fragen herauszufinden, was der Kunde eigentlich will. Wer genau zuhört, lässt sich die Verkaufsargumente vom Kunden selbst auf dem Silbertablett servieren. Oft geben vermeintliche Kleinigkeiten den Ausschlag zum Geschäftsabschluss: eine optimale Treppenlösung zum Beispiel oder eine praktische Stauraumlösung. Vielleicht gibt auch der Tipp von Bauherr Ralf Baier den entscheidenden Ausschlag: Egal, was man an den Wänden anbringen will, die Bohrmaschine kann man getrost im Schrank lassen. Eine Schraube reicht völlig aus.



EICHER

◀ Wer genau zuhört, lässt sich vom Kunden die Argumente in die Hand geben. Davon ist der Verkaufs- und Wirtschaftspsychologe Hans Eicher überzeugt

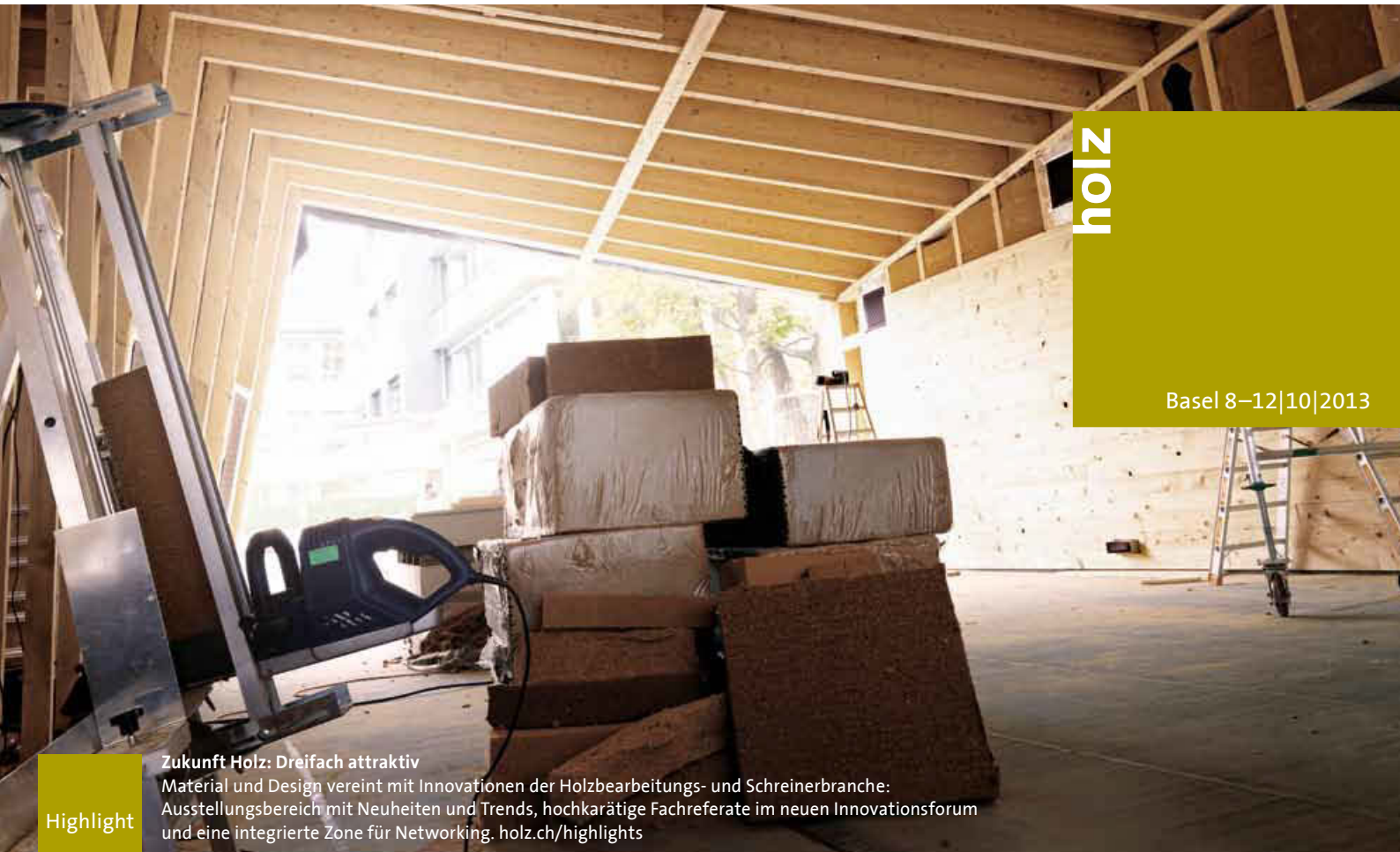
Doch manchmal entgleitet auch einem versierten Verkäufer das Gespräch. Merkt man, dass man zu viel geredet hat, und besteht die Gefahr, den Kunden zu verlieren, kann man

dem Gespräch mit einem Satz wie „Jetzt hab ich aber viel zu viel geredet, machen wir doch noch einmal bei Punkt X weiter“ durchaus noch einmal eine positive Wendung geben. Woran man merkt, dass sich der Kunde langsam geistig von einem verabschiedet, erklärt Verkaufspsychologe Eicher: „Der Kunde ist innerlich schon weg, wenn er keine Fragen mehr stellt.“

Ein gutes Erstgespräch sollte im Übrigen nicht länger als eine Stunde dauern, nach dieser Zeitspanne ist alles Wichtige gesagt.

Bilder verkaufen besser

Die Sprache spielt eine wichtige Rolle im Gespräch. Hans Eicher hat beobachtet, dass viele Handwerker gern sehr technisch argumentieren. Besser ist es, in einer alltagsnahen Sprache zu bleiben und Rückfragen zu stellen,



holz

Basel 8-12|10|2013

Highlight

Zukunft Holz: Dreifach attraktiv
Material und Design vereint mit Innovationen der Holzbearbeitungs- und Schreinerbranche:
Ausstellungsbereich mit Neuheiten und Trends, hochkarätige Fachreferate im neuen Innovationsforum
und eine integrierte Zone für Networking. holz.ch/highlights



TERNALE

▲ Familie Baier hat sich ihren Wohnraum in Holzbaueise erfüllt

denn diese zeigen an, dass man den Kunden ernst nimmt.

Mit Bildern zu arbeiten hat sich bewährt, da der Mensch ein visuelles Wesen ist und Bilder besser aufnimmt als andere Reize. Gute Fotos von Referenzbauten helfen dabei, den Kunden zu überzeugen, dass er genau hier sein Traumhaus bekommt.

Die eigenen Vorteile positiv herauszustreichen kann auch zu einem Geschäftsabschluss verhelfen. Gerade kleinere Betriebe können oft viel persönlicher argumentieren und somit gezielter auf Kundenwünsche eingehen. Diesen Vorteil sollten sie dringend nutzen.

Das erwartet der Kunde

Der Beratungsbedarf der Kunden hat sich in den vergangenen Jahren total verändert, berichtet die Baubegleiterin Tanja Hauptstock. Während früher oft Detailfragen wie die Holz Trocknung im Vordergrund standen, rückt heute das komplette Haus in den Fokus. Die Frage „Wie kriege ich alles unter einen Hut?“ treibt die meisten Bauherren um. Vom Regenwasserkonzept über mögliche

Bauschäden bis hin zur Haustechnik haben Bauherren heute alles im Blick. Insbesondere die Haustechnik bereitet oft Kopfzerbrechen. In diesen Bereichen müssen Verkäufer umfassend beraten und individuelle Lösungen anbieten. „Wer sich heute nur noch auf den Verkauf von Häusern fokussiert, ist nicht mehr zukunftsfähig“, gibt Hauptstock zu bedenken.

Offenheit ist ein Muss

In den meisten Regionen steht der Holzbauer in Konkurrenz zum Massivbau. Deshalb ist es wichtig, die Vor-, aber auch die Nachteile von Holz offenzulegen. „Einige Kunden haben noch immer die Vorstellung von der Baracken-Billigbauweise. Wir führen sie dann durch unsere Produktion. Dort können sie sich von der Hochwertigkeit unserer Häuser überzeugen“, berichtet Jürgen Ellerkamp. Doch auch mögliche Nachteile müssen offen auf den Tisch.

Zum heiklen Thema Kosten hat Hans Eicher einen Tipp parat: Nicht gleich mit der Tür ins Haus fallen mit Sätzen wie „Was können Sie sich denn leisten?“ Natürlich ist der

Kostenrahmen ein Thema, das man spätestens beim zweiten Gespräch angehen muss, doch ist Vorsicht vor Fehleinschätzungen geboten, denn oft liegt man mit der Einschätzung der finanziellen Möglichkeiten eines Kunden ganz gewaltig daneben. Natürlich trifft man auch immer wieder auf die Bauherren, die glauben, mit dem Holzbau die preiswertere Variante für ihr Eigenheim gefunden zu haben, berichtet Ellerkamp. Die Wahrscheinlichkeit, diese Kunden zu verlieren, ist – offen gesagt – sehr hoch. Wer sich aber intensiv mit seinen Kunden auseinandersetzt und mit einem guten Konzept in das Gespräch geht, hat gute Chancen, viele potenzielle Bauherren für sich zu gewinnen. Und je mehr der Holzbau im Einfamilienbereich zum Standard wird, umso einfacher wird die Überzeugungsarbeit. „In unserem Bekanntenkreis war unser Holzhaus nicht außerhalb der Norm. Also gab es auch keine erstaunten Blicke“, verrät Bauherr Ralf Baier. Ein Schritt in die richtige Richtung scheint also gemacht. Darauf sollten alle Holzbauer aufbauen!

Christina Vogt, Gladbeck,
www.textstricker.at ■