

Wert-schätzende Einwandbehandlung

Angewandte Emotionale Intelligenz
im Verkauf

Ein eBook von



Markus Hornung

Wert-schätzende Einwandbehandlung

Angewandte Emotionale Intelligenz im Verkauf

Herausgeber:
EQ Tools GmbH
Siegessstraße 15
80802 München
T: +49 (0) 89 461375-0
E: contact@eqdynamics.de

1. Auflage (1 -1.000)
© 2015 EQ Tools GmbH, München

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung der Herausgeber reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Hinweis:

Die in diesem eBook beschriebenen Methoden sind sorgfältig erarbeitet worden und haben sich in der Praxis bewährt. Dennoch sind alle Angaben – insbesondere die unter Aktualitätsvorbehalt erfolgenden Hinweise zur rechtlichen Situation bei der Neukundengewinnung – ohne jegliche Gewähr. Weder die Autorin noch der Herausgeber übernehmen die Haftung für eventuelle Nachteile oder Schäden, die aus den im eBook gemachten Hinweisen resultieren.

Wert-schätzende Einwandbehandlung

Inhaltsverzeichnis

Einwände – mehr gehasst denn geliebt.....	4
Die Klassiker! Einige „Behandlungs“-Beispiele	4
Psycho-Logik 2.0	6
Die konsequenten Dont´s	6
Die konsequenten To-Do´s	7
Von Fragen und Antworten.....	7
Von Verfolgern und Vorwänden	8
Zusammenfassung.....	9
Sprachliche Eleganz 1 – der „Vorwaschgang“	10
Perfektion ist unnötig	11
Pausenzeiten fühlen sich unterschiedlich an	12
Ausnahmsweise sind Emotionen nicht gefragt.....	12
Übung	13
Sprachliche Eleganz 2 – wert-schätzender Umgang mit Einwänden.....	16
Vorgehen und emotionale Wirkung.....	20
Fall 1 – der Kunde sagt JA.....	21
Fall 2 – der Kunde sagt NEIN oder JAIN.....	21
Schlussbemerkungen	23
Anhang	24
Werteliste	24
Musterantworten zu „Was ist jemandem, der so etwas sagt, wichtig?“	27
Links.....	31

Wert-schätzende Einwandbehandlung

Einwände – mehr gehasst denn geliebt

„Schauen wir uns das Thema Einwandbehandlung an!“

Kaum eine Ankündigung sorgt in unseren Seminaren so spontan für intensiveres Augenrollen nach dem Motto „Oh Nein! Bitte nicht schon wieder!“. Andererseits erleben wir unsere Teilnehmer – darunter gestandene Verkäufer – bisweilen vollkommen hilflos im Umgang mit Einwänden. Und wir verstehen das sehr gut!

Keine der klassischen „Verkaufstechniken“ wird so stereotyp geschult – um nicht zu sagen gedrillt – und so technisch aufgefasst wie diese. Und kaum eine geht auf Grund dieser Technisierung so krass am eigentlichen Ziel vorbei!

Die Folge:

Gut ausgebildete Verkäufer verfügen zwar über ein umfangreiches Repertoire von sogenannten „Einwandbehandlungs-Techniken“, stellen aber fest, dass kaum eine davon wirklich funktioniert. Bei fast allen Vorgehensweisen schleicht sich ein mulmiges Gefühl der Manipulation oder des Belaberns ein und jeder, der schon einmal am eigenen Leib erleben durfte, wie ein Verkäufer versucht hat, einen Einwand zu „behandeln“, kann dies nachvollziehen.

Die Klassiker! Einige „Behandlungs“-Beispiele

Schauen wir uns drei klassische Beispiele von Einwänden zusammen mit ihrer mehr oder weniger eleganten „Behandlung“ an.

Beispiel 1:

Kunde Schmidt: „Herr Meier, das ist mir zu teuer!“

Verkäufer Meier: „Herr Schmidt, was genau ist Ihnen denn zu teuer?“

Ein Klassiker im Verkauf, nicht wahr?

Als Verkäufer haben Sie diesen Einwand bestimmt schon hundert Mal gehört und – weil reflexhaft geschult und in dem Glauben, dass es so funktioniert – auch hundert Mal genau so reagiert.

Und in 95 Prozent dieser Fälle fängt der Kunde jetzt an, herumzustammeln oder sich zu winden wie ein Wurm, weil er sich unter dem Druck einer Rechtfertigung befindet, die er zu erbringen hat.

Beispiel 2:

Kunde Schmidt: „Wissen Sie, das muss ich erstmal mit meiner Frau besprechen“

Wert-schätzende Einwandbehandlung

Verkäufer Meier: „Herr Schmidt, ganz ehrlich: Sind Sie ein Mann oder eine Memme? Ein Kerl wie Sie kann doch mal eine Entscheidung treffen, ohne dass die Gnädigste mitmischt, oder?“

Diese Situation habe ich vor einigen Jahren live in einem Echkundentraining erlebt. Einschließlich der daraufhin folgenden – zwar ausgesprochen unterhaltsamen, aber keineswegs sozialverträglichen – emotionalen Eskalation. Ein Musterbeispiel für die nachhaltige Zerstörung einer Kundenbeziehung! Übrigens erzählte mir der Verkäufer danach, er hätte die Idee für dieses Vorgehen von einem Trainer unter der Überschrift „Provokante Intervention“ vermittelt bekommen. So kann man es sehen!

Beispiel 3:

Kunde Schmidt: „Herr Meier, das ist mir zu kompliziert!“

Verkäufer Meier: „Herr Schmidt, was genau ist Ihnen denn daran zu kompliziert?“

Während Verkäufer Meier dies fragt, denkt er sich übrigens meistens „Oh Mann, jetzt habe ich es ihm 20 Minuten lang erklärt und er hat’s immer noch nicht kapiert!“. Und wundert sich dann, dass sein Kunde sichtlich genervt oder zumindest defensiv auf die Frage reagiert. Sofern er überhaupt in der Lage wäre, diese tatsächlich sinnvoll zu beantworten.

Ich erspare Ihnen und mir weitere Beispiele aus dem Repertoire des klassischen Verkaufs. Da wird von „Bumerang-Methoden“, „Sandwich-Methoden“ über „Ignorieren“, „Verlagern“, „Widerspruch“ und „Richtigstellen“ alles hervorgeholt, was die Schule der konfrontativen Rhetorik zu bieten hat.

Und spannenderweise bestätigen uns unsere Teilnehmer immer und immer wieder, dass kaum jemals eine dieser Methoden funktioniert.

Kein Wunder, denn die meisten Einwandbehandlungs-Techniken erzeugen beim Kunden folgende Stimmung:

- Er fühlt sich nicht ernst genommen.
- Er fühlt sich manipuliert.
- Er muss sich rechtfertigen.
- Er muss Fragen beantworten, die er nicht beantworten kann und fühlt sich dadurch unter Druck gesetzt.

Es besteht offenbar Handlungsbedarf in Bezug auf den Umgang mit Einwänden. Gehen wir es also an!

Wert-schätzende Einwandbehandlung

Psycho-Logik 2.0

Um das im Folgenden empfohlene Vorgehen zum Umgang mit Einwänden nachvollziehen zu können UND zu verstehen, warum die drei oben skizzierten Vorgehensweisen auf Desaster programmiert sind, müssen wir vier Fakten kennen, die allesamt aus der neueren Psycholinguistik stammen, einer Unterdisziplin der Psychologie, die sich mit der Wirkung, dem Entstehen sowie dem Sinn und Zweck von Sprache beschäftigt:

1. Ungefähr 60% dessen, was wir sagen und sprechen, sind Hinweise auf unser Wertesystem.
2. Insbesondere Einwände sind Hinweise auf unser Wertesystem, also Hinweise darauf, was uns in einer gewissen Situation wichtig ist!
3. 97% von uns haben ihre Werte, also das, was ihnen in einem bestimmten Kontext wichtig ist, nicht „online“, mit anderen Worten: Wir sind uns unserer Werte nicht bewusst!
4. Die allermeisten Einwände entstehen vollkommen unbewusst und werden auch unbewusst geäußert, entziehen sich also einer „vernünftigen“ sprachlichen Analyse. Der tatsächlich hinter dem Einwand stehende Wert ist dem Kunden so gut wie nie klar.

Für sich alleine genommen klingen diese Ergebnisse beinahe banal. Erst in ihrer Kombination entfalten sie eine gewisse Brisanz, ziehen sie doch folgende unbequeme Konsequenzen nach sich.

Die konsequenten Dont´s

- **Jemand, der einen Einwand formuliert, ist nicht in der Lage, Analysefragen á la „Was genau ist Ihnen zu kompliziert?“ zu beantworten. Derartige Fragen sind vollkommen sinnlos und erzeugen im Gefragten nur einen Rechtfertigungsdruck und damit den Wunsch, möglichst schnell aus der Situation wieder herauszukommen.**
- **Jemand, der einen Einwand formuliert, ist nicht ohne weiteres in der Lage, den Wert zu benennen, der hinter diesem Einwand steht. Auch hier hilft Fragen also nichts.**
- **Jemand, der einen Einwand formuliert, tut dies weitestgehend unbewusst. Belehrungen wie „Das müssen Sie anders sehen!“ helfen nicht, sondern geben dem Einwand-Bringer das Gefühl, ein Wahrnehmungsproblem zu haben ... keine gute Basis für den weiteren Verlauf des Gesprächs.**

Wert-schätzende Einwandbehandlung

Einwände sind Hinweise auf das Wertesystem und damit kommt die Ebene ins Spiel, auf der unsere Emotionen entstehen und auf deren Berührung wir ausgesprochen empfindlich reagieren. (Siehe hierzu auch unser Booklet „Werte und Emotionen“, in welchem dieser von EQ Dynamics entwickelte zentrale Zusammenhang zwischen Werten und Emotionen als Grundlage unserer Idee von Emotionaler Intelligenz entwickelt und ausführlich dargestellt wird).

Die konsequenten To-Do´s

Denkt man die oben dargestellten Erkenntnisse konsequent zu Ende, ergeben sich im Umgang mit Einwänden folgende Aufgaben:

- **Den hinter dem Einwand stehenden Wert herausfinden (wie genau sehen wir gleich).**
- **Die Erfüllung dieses Wertes in Aussicht stellen und überprüfen, ob der Einwand bestehen bleibt.**
- **Falls der Einwand stehen bleibt oder ein neuer auftaucht, diesem elegant begegnen.**
- **Den letztendlichen entscheidenden Wert erfüllen, um zum Abschluss zu gelangen.**

Von Fragen und Antworten

Einwände kommen selten aber durchaus ab und zu als Fragen daher. Und normalerweise gibt es einen Unterschied zwischen einem Einwand und einer Frage:

Auf eine Frage kann man antworten. Immer. Etwas, das sowieso viel zu selten getan wird.

WENN also ein Einwand als Frage daherkommt, kann man ihm als Erstes dadurch begegnen, dass man die Frage beantwortet.

Ein Tipp, der vollkommen unabhängig von der Begegnung mit einem Einwand gilt:

**Beantworte so aufrichtig wie möglich ALLE Fragen, die Dir vom Kunden gestellt werden, egal wie abwegig, provokant oder unsinnig sie wirken mögen!
Dadurch zeigst Du dich souverän und erzeugst Vertrauen.**

Wert-schätzende Einwandbehandlung

Übrigens treffen wir immer wieder Verkäufer, die sich selbst vollkommen unnötig unter Druck setzen, wenn sie sich die Frage stellen „Warum kommt der Kunde gerade jetzt mit diesem Einwand?“.

Vergessen Sie die Frage! Kein Mensch ist in der Lage, sie zu beantworten. Wenn überhaupt jemand sie beantworten kann, dann der Kunde ... allerdings erst nach etlichen Stunden Psycho-Analyse und ob Sie diesen Aufwand treiben wollen oder können, bleibt dahingestellt.

Von Verfolgern und Vorwänden

In der Transaktionsanalyse, einem Modell, das menschliche Kommunikation in Abhängigkeit von verschiedenen Rollen beschreibt, gibt es den Begriff des Verfolgers. Diese „Rolle“ nehmen wir gerne ein, wenn wir uns unter Druck gesetzt oder ungerechtfertigt behandelt fühlen. Dazu gleich noch etwas mehr.

Im klassischen Verkaufstraining gibt es im Zusammenhang mit der Behandlung von Einwänden noch einen weiteren ausgesprochen fragwürdigen bzw. problematischen Begriff, und zwar den Begriff des Vorwands.

Wenn wir Einwände hören, haben wir ab und zu den Eindruck, dass unser Gegenüber nicht die Wahrheit sagt, sondern quasi „etwas erfindet“ oder zu einer „Ausrede“ greift.

Und wir reagieren hierauf fast ausnahmslos mit der oben beschriebenen Rolle des Verfolgers, der sich denkt „Dieser Mistkerl lügt mich an“ oder „Das ist doch Blödsinn, was der mir da erzählt, der traut sich einfach nicht, Tacheles zu reden!“.

Dieser letzte Gedanke „... der traut sich nicht ...“ führt uns sprachlich ebenso subtil wie eindeutig zum eigentlichen Kern des Problems, welchen – Sie werden das gleich sehen – die meisten Verkäufer nur akzeptieren, wenn sie dem Prinzip Selbstverantwortung etwas abgewinnen können.

„Sich etwas trauen“ hat nämlich immer etwas mit Ver-Trauen zu tun. Mit anderen Worten, wenn sich jemand etwas nicht traut, dann vertraut er seinem Gegenüber nicht. Beziehungsweise, er vertraut nicht darauf, dass die Situation nicht zu seinen Ungunsten verläuft. Das gilt für Kinder, die ihren Eltern nicht die Wahrheit sagen ebenso, wie für Kunden, die ihren Verkäufern gegenüber nicht ganz aufrichtig sind.

Und wer jetzt glaubt, er könnte mit einer Haltung, die sich in die Worte „Dieser Mistkerl vertraut mir nicht!“ fassen lässt, aus der Sache herauskommen, der täuscht sich, denn:

Da ist er, der Verfolger! Und ein Nachteil dieser Rolle ist, dass unser Gegenüber sie über unsere Stimme und Körpersprache wahrnimmt. Wir begegnen ihm am Besten, indem wir zwei Fragen stellen, die in diesem Zusammenhang die Verantwortung dorthin verschieben, wo sie hingehört:

Wert-schätzende Einwandbehandlung

Frage 1: Wessen Problem ist es, wenn der A dem B nicht vertraut?

Oder noch konsequenter:

Frage 2: Bei wem liegt die Verantwortung, wenn der A dem B nicht vertraut?

Also:

Versuche, so lange und konsequent wie möglich, die Rolle des Verfolgers zu vermeiden. Dein Gegenüber spürt diese Haltung und wird sich kaum auf einen konstruktiven Dialog einlassen.

WENN es überhaupt Vorwände gibt, dann sind sie immer ein Hinweis auf mangelndes Vertrauen. Und das ist ein Problem des Verkäufers, nicht des Kunden!

Übrigens ist der Einwand aus Beispiel 2 („Das muss ich erstmal mit meiner Frau besprechen!“) ein absoluter Klassiker in unseren Seminaren, bei dem die meisten Verkäufer die Augen verdrehen und der Verfolger in Form eines „Oh Mann, ich kann´s nicht mehr hören!“ fast fleischgeworden durch den Raum hüpf! Der Gedanke, dass der Kunde das tatsächlich mit seiner Frau besprechen WILL und selbstverständlich auch DARF, tut einigen erfahrenen Verkäufern, die ihn vergessen haben, ab und zu ganz gut.

Zusammenfassung

Fassen wir das Gelesene als Vorbereitung auf die eigentliche Herangehensweise zum Umgang mit Einwänden nochmals zusammen:

- **Einwände sind unbewusste aber eindeutige Hinweise auf das Wertesystem des Kunden. Ihnen mit Analysefragen, Rechtfertigungen oder Belehrungen zu begegnen, macht keinen Sinn und die meisten „Einwandbehandlungstechniken“ werden von den Kunden als höchst manipulativ empfunden, weil sie spüren, dass damit ihr Wertesystem in Frage gestellt oder zumindest angegangen wird.**
- **Vorwände, sofern sie überhaupt auftauchen, sind Zeichen mangelnden Vertrauens und das ist immer ein Problem und liegt immer in der Verantwortung des Verkäufers!**
- **Mangelndes Vertrauen ist immer ein Feedback an die Wirkung des Verkäufers!**

Wert-schätzende Einwandbehandlung

Sprachliche Eleganz 1 – der „Vorwaschgang“

Wenn – wie wir festgestellt haben – Einwände Hinweise auf das Wertesystem sind (wie 60% dessen, was wir alles sagen!), dann sollte es doch möglich sein, aus dem, WAS gesagt wurde, herauszuhören, auf welchen Wert der Einwand hinweist. Dies „herauszuhören“ haben wir zwar nicht gelernt, gleichwohl ist dem so!

Wir alle haben in der Schule Deutschunterricht genossen und in diesem diverse Charakterisierungen einzelner Protagonisten der klassischen Dichtung und Lyrik vorgenommen („Charakterisiere den Wallenstein/Faust/Franz Moor/...“). Trotzdem ist eine der zentralen sprachlich erfassbaren und analysierbaren Fragen zum Umgang mit anderen Menschen spurlos an uns vorbeigegangen. Diese Frage lautet: „Was ist meinem Gegenüber gerade wichtig?“ beziehungsweise „Worauf legt er oder sie Wert?“ und ihr widmen wir uns nun.

Nochmals: 60% unserer Konversation dient dem Vermitteln von Wertvorstellungen. Das bedeutet, dass wir bei „richtigem“ Hinhören herausfinden können, auf welchen Wert das Gesagte hinweist. Dazu müssen wir uns einer Analysefrage bedienen, die auf den ersten Blick fast banal und zumindest ungewohnt klingt, auf den zweiten Blick aber ein ganz neues Universum sprachlichen Verstehens eröffnet.

Diese alles entscheidende Frage, die sich von nun an wie ein roter Faden durch diese Ausführungen zieht, lautet:

„Was ist jemandem, der das, was ich soeben gehört habe, wichtig?“

Ein einfaches Beispiel:

Herr Müller sagt: „Das ist mir zu kompliziert!“

Viele Verkäufer denken jetzt etwas wie:

- „Herr Müller ist offenbar ein wenig begriffsstutzig.“
- „Wie kann man so etwas Einfaches nicht verstehen?“
- „Ich habe es doch nun wirklich perfekt erklärt.“
- „Ich habe keine Lust, es nochmals zu erklären.“
- „Ich kann so nicht arbeiten.“

Wert-schätzende Einwandbehandlung

Und sagen etwas wie:

- „Aber das ist doch ganz einfach!“
- „Was genau ist Ihnen denn zu kompliziert?“
- „Soll ich es Ihnen noch einmal erklären?“ (und meistens erklären sie es dann genau so, wie sie es eben schon einmal erklärt haben und wundern sich, dass er es immer noch nicht versteht!)

Bei näherem Hinsehen und Nachdenken stellen wir fest, dass all dies nicht zielführend ist.

Also lassen wir den Verfolger, den Analytiker, den Rechtfertiger und all diese Rollen weg und stellen uns nur eine einzige Frage:

Was ist jemandem, der sagt „Das ist mir zu kompliziert!“ wichtig?

Und wenn wir ein Gespür für Werte haben (das wird nach der folgenden Übung der Fall sein!) und uns trauen, fast banal zu denken, werden wir je nach Übungsstand in kurzer Zeit auf die Antwort kommen:

Jemandem der „Das ist mir zu kompliziert!“ sagt, ist in diesem Augenblick Einfachheit wichtig.

Bevor wir diese zugegeben analytische „Denke“ ein wenig üben und feststellen, dass die Antworten auf diese Fragen gar nicht so schwer zu finden sind, noch ein paar Bemerkungen:

Perfektion ist unnötig

Es ist nicht unbedingt nötig, den „perfekten“ Wert zu treffen. Den meisten Menschen sind zwar ihre Werte nicht bewusst, aber wenn sie einen Begriff hören, der in das entsprechende Segment passt, dann erkennen sie ihn als einen ihrer Werte.

Auch hier ein kleines Beispiel:

Wenn jemand „Ich verliere gerade den roten Faden!“ sagt und wir daraufhin für uns die Frage „Was ist jemandem, der so etwas sagt, wichtig?“ stellen, dann kommen als Antwort folgende Begriffe in Frage, die alle ins gleiche sprachliche Segment gehören:

Übersicht, Struktur, Klarheit, Überblick.

Es kommt nicht darauf an, DEN EINEN richtigen Begriff zu treffen, sondern dieses Segment zu identifizieren.

Wert-schätzende Einwandbehandlung

Pausenzeiten fühlen sich unterschiedlich an

Die meisten Teilnehmer, denen wir diese „Denke“ beibringen, haben zu Beginn ein wenig die Befürchtung, dass die Zeit, die wir zum Nachdenken über die Frage „Was ist jemandem, der so etwas sagt, wichtig?“ brauchen, für den Gesprächspartner unerträglich lange dauert.

Ihnen sei geholfen mit der Erkenntnis einer Untersuchung aus der Wahrnehmungspsychologie. Diese hat sich unter der Überschrift „subjektives Zeitempfinden“ mit dem „gefühlten“ Vergehen von Zeit befasst, also mit der Frage, wie unterschiedlich lange sich Zeitintervalle unter verschiedenen Umständen (Tätigkeit, Tageszeit, Alter, ...) anfühlten. Das Phänomen, dass je nach Tätigkeit Zeit unterschiedlich schnell vergeht, kennt ja jeder von uns.

Das Ergebnis der entsprechenden Untersuchung zeigt, dass derjenige, der eine Pause in einem Gespräch macht (zum Beispiel, um über eine Frage nachzudenken), die Länge dieser Pause vollkommen anders einschätzt und erlebt, als derjenige, der diese Pause gewissermaßen passiv erlebt:

Die Länge einer Pause in einem Gespräch wird von demjenigen, der sie macht, 7 mal länger erlebt als von demjenigen, mit dem sie gemacht wird.

Mit anderen Worten: In den meisten Fällen nimmt unser Gegenüber eine Sprechpause, die wir machen, um nachzudenken, selbst wenn sie mehrere Sekunden lang ist, überhaupt nicht wahr!

Und – auch das war das Ergebnis der Untersuchung – WENN er die Pause wahrnimmt, dann in den allermeisten Fällen ausgesprochen wohlwollend oder gar erleichtert. Gibt sie ihm doch ebenfalls die Gelegenheit, seine Gedanken etwas zu sortieren.

Also:

Die Pause im Gespräch, die Sie machen, um die Antwort auf die Frage „Was ist jemandem, der Folgendes sagt, wichtig?“ zu finden, ist vollkommen unproblematisch!

Ausnahmsweise sind Emotionen nicht gefragt

Auch wenn die Frage „Wie fühlt sich mein Gegenüber gerade?“ ausgesprochen wichtig ist, spielt sie bei dieser Form der Analyse keine Rolle und interessiert (noch) nicht. Dies liegt daran, dass die allermeisten Einwände – im Gegensatz zu Reklamationen oder Beschwerden – emotional sehr gemäßigt daherkommen. Es geht an dieser Stelle wirklich nur darum, herauszufinden, was ihm wichtig ist.

Wert-schätzende Einwandbehandlung

Also:

Beim Umgang mit Einwänden ist es nicht so wichtig, wie sich mein Gegenüber gerade fühlt. Sondern sehr viel mehr, worauf er gerade Wert legt.

Übung

Die hier beschriebene Denke des „Was ist jemandem, der Folgendes sagt, wichtig?“ ist für die meisten von uns eine gewisse Herausforderung, da wir wie gesagt, diese Frage so gut wie nie stellen! Mit anderen Worten, ein bisschen Training tut gut!

Sie finden in der linken Spalte der folgenden Tabelle eine Auswahl mehr oder weniger einwandlastiger Statements und Ihre Aufgabe besteht darin, in die rechte Spalte die Werte einzutragen, auf welche der Sprecher hinweisen will. Wir fangen relativ einfach an und steigern den Schwierigkeitsgrad ein wenig. Bei vielen Beispielen kommen mehrere Werte aus dem gleichen Segment in Betracht und bei einigen werden Sie feststellen, dass die gleiche Aussage je nach stimmlicher Betonung auch auf vollkommen unterschiedliche Werte hinweisen kann. Eine Musterlösung mit naheliegenden Vorschlägen finden Sie ebenso wie eine Liste von denkbaren Werten – viele unserer Teilnehmer finden diese zu Beginn ausgesprochen hilfreich – im Anhang.

Was ist jemandem, der so etwas sagt, wichtig?	
Formulierung	Mögliche Werte, die dahinter stehen
Das ist mir zu kompliziert!	
Das ist mir zu unsicher!	
Ist das Angebot aktuell?	
Vielen meiner Kollegen ist das Thema ja überhaupt noch gar nicht bewusst ...	
Ich möchte genau wissen, woran ich hiermit bin!	
Das ist mir zu langweilig!	

Wert-schätzende Einwandbehandlung

Ist das aufwendig, da muss ich mich ja dauernd drum kümmern!	
Da muss man sich halt zusammenreißen!	
Mir ist wichtig, dass meine Kinder Abitur machen ... ohne Abitur ist man doch heute nichts mehr!	
Ich bin auch bereit, einiges dafür zu tun!	
Ich möchte, dass meine Frau und meine Kinder abgesichert sind, falls mir was zustößt.	
Beim nächsten Mal wüsste ich gerne vorher, wie viel Zeit wir für das Gespräch brauchen.	
Dieser Flegel hat mir nicht einmal die Tür aufgehalten!	
Bitte sagen Sie mir ohne Rücksicht, wo der Hase im Pfeffer liegt.	
Ich möchte darüber jederzeit selbst entscheiden können.	
Das ist mir zu teuer!	
Bei Ihnen auf dem Schreibtisch sieht es ja ein bisschen chaotisch aus ...	
Da tun wir jetzt nicht mehr lange rum, wir machen das einfach!	
Kennen Sie den Spruch noch: „Wer den Pfennig nicht ehrt ...“?	

Wert-schätzende Einwandbehandlung

Haben Sie nichts anderes als so ein 08/15-Angebot?	
Ich würde mich gerne zusätzlich noch wo anders informieren.	
Ich möchte gerne über das Kapital verfügen können, wenn etwas Unvorhergesehenes dazwischen kommt.	
Man lebt ja schließlich nicht nur für die Arbeit!	
Heutzutage muss man ja schon Angst haben, wenn man das Haus verlässt!	
Ich kann das nicht haben, wenn jemand bei jeder Kleinigkeit aus der Haut fährt!	
Der ist mir so auf die Pelle gerückt ... richtig unangenehm!	
Heutzutage muss man einfach mit der Zeit gehen!	
Das bringt keinen Spaß! Früher gab es diese Warteschlangen nicht.	
Schon wieder ein neues Gesicht!	
Gilt das in fünf Jahren auch noch?	
Woher weiß ich denn, was die mit meinem Geld machen?	
Ach, wissen Sie, ich hatte einfach nur Glück!	

Wert-schätzende Einwandbehandlung

Wenn ich Sie richtig verstanden habe, hat das nicht jeder Kunde?	
Es sollte schon was richtig Gutes sein!	
Das würde ich gerne mit meiner Frau besprechen.	
Sagen Sie mal, habe ich mich da gestern Ihrer Kollegin gegenüber daneben benommen?	
Wie kann man sich so benehmen? Wie ein Elefant im Porzellanladen ...	
Da muss ich erst einmal eine Nacht drüber schlafen!	

Sprachliche Eleganz 2 – wert-schätzender Umgang mit Einwänden

Wir kommen nun zum Hauptteil, der wert-schätzenden Einwandbehandlung. Die bis jetzt erfolgten Betrachtungen können sie gerne als eine Art ökologisch wertvollen Vorwaschgang betrachten, der eine hilfreiche Haltung und Denke sowie mit der eben betrachteten Sprachanalyse eine notwendige technische Fertigkeit vermittelt.

Das von uns nun empfohlene Vorgehen ist an sich einfach nachzuvollziehen, bedarf aber einer gewissen Beschäftigung und Übung, um in Fleisch und Blut überzugehen und im Live-Einsatz seine volle Wirkung zu entfalten. Aber Sie können sich sicher sein, dass die kleine Mühe sich lohnt und Sie von mal zu mal eleganter und überzeugender werden.

Wir greifen hier übrigens eine Struktur auf, die der Verkaufstrainer Umberto Saxer in seinem Buch „Bei Anruf Erfolg“ vorstellt und die wir um die eben vorgestellte Grundfrage und die starke Fokussierung auf die Werte-Ebene ergänzt haben. Es ist eine phantastische Alternative zu den meisten Einwandbehandlungs-Techniken und hat darüber hinaus folgende unschlagbare Vorteile:

Wert-schätzende Einwandbehandlung

- **Der Kunde fühlt sich ernst genommen und nicht manipuliert.**
- **Der Kunde bekommt den starken Eindruck, dass der Verkäufer aufrichtig daran interessiert ist, ihm etwas Gutes zu tun (mit anderen Worten, seine Werte zu erfüllen).**
- **Der Kunde bekommt den starken Eindruck, dass der Verkäufer genau versteht, worauf es ihm ankommt, was dafür sorgt, dass der Verkäufer in seinem Kopf eine fast prominente Stellung einnimmt.**
- **All das sorgt dafür, dass der Kunde den Verkäufer sympathisch findet (dies liegt daran, dass die Basis-Emotion Zuneigung entsteht, wenn wir feststellen, dass unser Gegenüber ähnliche Werte hat wie wir bzw. unserem Wertesystem dient) was wiederum zu einer starken und nachhaltigen Beziehung führt ... und welcher Verkäufer hätte diese zu seinem Kunden nicht gerne?**
- **Das Vorgehen ist universell anwendbar, es ist gewissermaßen die „All-in-one“-Lösung für den Umgang mit Einwänden. Einmal verstanden und ein wenig geübt, lässt sich damit so gut wie allen Einwänden begegnen.**

Diese Art der Einwandbehandlung ist übrigens gleichzeitig ein Wertecoaching im wahrsten Wortsinn. Mit anderen Worten, wir führen einen Dialog auf einer tiefen Ebene (nämlich der Werte-Ebene), der dem Kunden bewusst macht, was ihm wichtig ist. Dieses Vorgehen erfordert für manche Verkäufer, die es nicht gewohnt sind, auf diesen Ebenen zu arbeiten, etwas Mut.

Sie werden jedoch vom Kunden mit einer unbezahlbaren Wirkung belohnt, nämlich dem Eindruck, dass diesem endlich einmal jemand begegnet ist, der zum einen zu wissen scheint, was ihm wichtig ist und der zum anderen aufrichtig und ernsthaft bemüht ist, ihm diesen Wert zu erfüllen.

Wenn wir in unseren Seminaren den Teilnehmern die Frage stellen „Wer von Euch kennt einen Dienstleister oder Verkäufer, von dem Ihr den Eindruck habt, dass der ganz genau weiß, worauf es Euch ankommt?“, dann melden sich von ca. 12 Teilnehmern durchschnittlich zwei. Und ein Beispiel ist fast immer ein Friseur!

Dies ist angesichts der Tatsache, dass jeder von uns etwa 100 Kunden „ist“, dass also mit dieser Frage etwa 1200 Verkäufer getestet werden, eine katastrophale Bilanz!

Umso wichtiger, hier einen oder mehrere deutliche Unterschiede zu machen.

Wert-schätzende Einwandbehandlung

Beginnen wir gleich mit dem ersten dieser Unterschiede, nämlich mit der Fähigkeit, den Wert, den wir eben herausgehört haben, direkt zu benennen. Etwas, das viel zu selten gemacht wird und das dem Hörer den ungemein starken Eindruck vermittelt, verstanden worden zu sein.

Wir bedienen uns hierbei des rhetorischen Stilmittels der Paraphrase, also des Umschreibens dessen, was wir gehört haben, mit anderen Worten.

Beispiele hierfür sind:

- „Ihnen kommt es also auf Folgendes an ...“
- „Ein entscheidender Punkt für Sie ist also ...“
- „Ihnen ist wichtig, dass ...“
- „Ihnen liegt am Herzen, dass ...“
- „Ihr besonderes Augenmerk gilt ...“
- „Für Sie ist unerlässlich, dass ...“
- „Sie schätzen es, wenn ...“
- „Ich merke schon, für Sie ist von besonderer Bedeutung, dass ...“
- „Es ist entscheidend für Sie, dass ...“

... und dergleichen mehr.

Uns kommt es im weiteren Verlauf nicht so sehr darauf an, dass Sie genau diese Formulierungen verwenden, sondern dass Sie einen authentischen und charmanten Redestil entwickeln, der Ihnen entspricht.

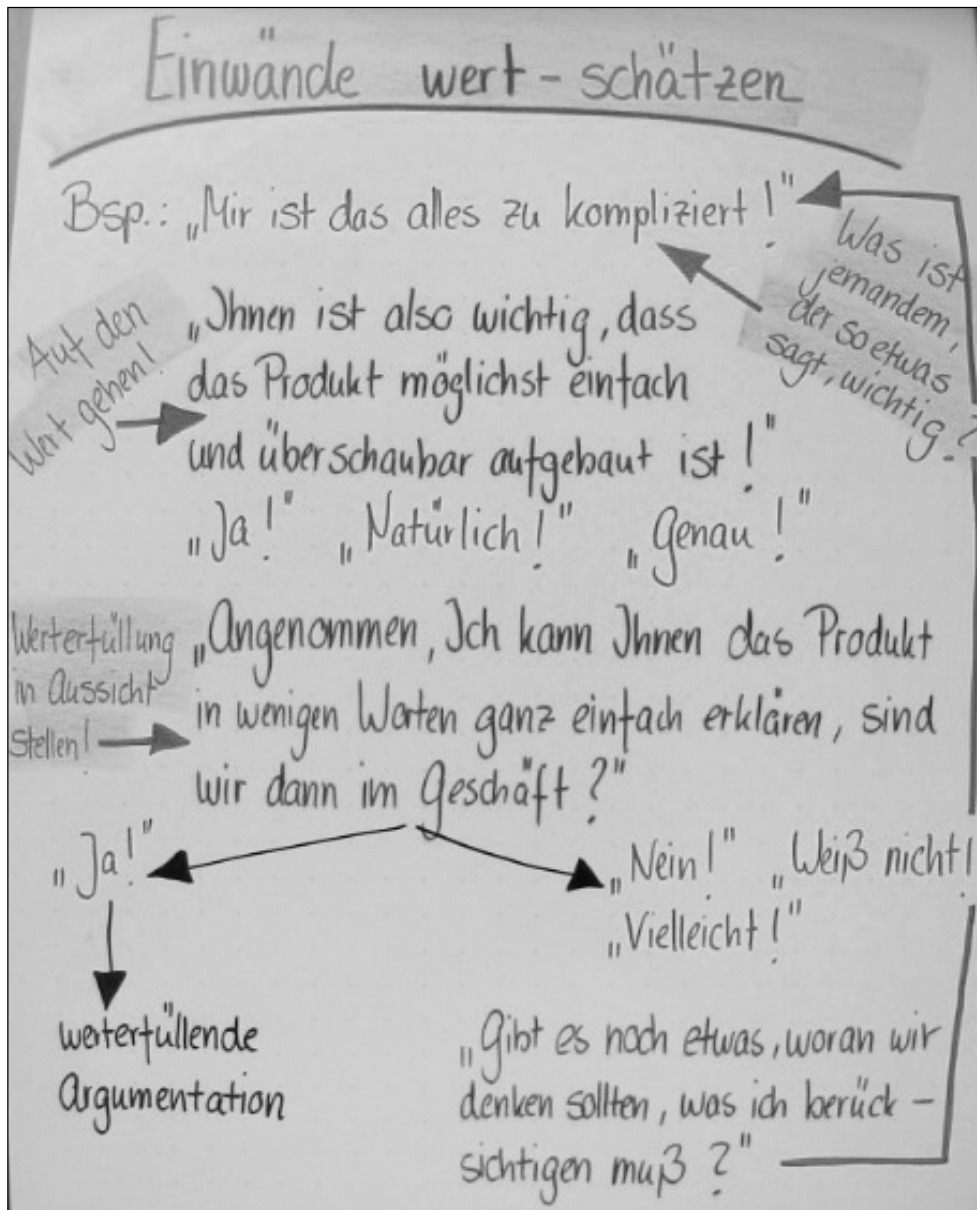
Jeder von uns kennt Sätze oder Formulierungen, von denen er sagt „Wenn ich das sage, klingt das total bescheuert!“. Ersetzen Sie solche Formulierungen, sofern wir sie vorschlagen, durch welche, die Ihnen besser liegen.

Schauen wir uns auf der folgenden Seite zuerst einmal den Flip an, den wir in den Seminaren zusammen mit den Teilnehmern entwickeln.

Wenn es beim ersten Draufschaun etwas anspruchsvoll wirkt, dann weil diese Art der Einwandbehandlung eine anspruchsvolle Herangehensweise ist.

Gleichwohl ist sie viel leichter zu erlernen als die meisten Verkaufstechniken. Und wie gesagt, wenn Sie sie einmal verstanden und gemeistert haben, brauchen Sie keine andere mehr!

Wert-schätzende Einwandbehandlung



In aller Ausführlichkeit am relativ einfachen Beispiel des Flips vorgestellt, kennzeichnen folgende Schritte das emotional intelligente und wert-schätzende Vorgehen mit Einwänden und seine Wirkung auf den Kunden.

Bitte beachten Sie, dass wie bereits gesagt die Formulierungen nicht wörtlich so lauten müssen, aber vom Sinn her schon das transportieren sollten, was hier dargestellt ist.

Wert-schätzende Einwandbehandlung

Vorgehen und emotionale Wirkung

Was wird gesagt?	Was passiert?	Wie wirkt es emotional auf den Kunden?
Kunde: „Das ist mir zu kompliziert!“	Der Einwand wird genannt.	„Ich muss etwas loswerden.“
Nichts	Der Verkäufer überlegt ein paar Sekunden „Was ist jemandem, der so etwas sagt wichtig?“ und findet die Antwort.	Vertrauenerweckend. „Endlich mal einer, der mich nicht sofort zutextet!“
Verkäufer: „Es kommt Ihnen also darauf an, dass das Produkt möglichst einfach aufgebaut ist!“	Der Verkäufer geht voll auf den Wert ein und benennt ihn, um zu überprüfen, ob er richtig liegt. Hier findet nun die weiter oben angesprochene Paraphrasierung statt	Erleichterung und Zuneigung: „Endlich mal einer, der kapiert und merkt, worauf es mir ankommt!“
Kunde: „Ja, genau! Diese ganzen Details versteht doch kein Mensch!“	Kunde spiegelt zurück und betont eventuell den Einwand und damit den Hinweis auf den Wert nochmals.	Er fühlt sich ernst genommen und setzt den Dialog fort. „Der versteht mich und ich darf Einwände haben!“
Verkäufer: „Angenommen, ich könnte Ihnen das Produkt in wenigen Worten erklären, kämen wir dann ins Geschäft?“	Der Verkäufer stellt die Werte-Erfüllung in Aussicht und testet damit die Schwere des Einwands.	Fühlt sich ernst genommen. „Der versucht aufrichtig , mir zu geben, was ich möchte!“

An dieser Stelle hat der Kunde – und das soll auch durchaus so sein! – die Wahlmöglichkeit, die ihm übrigens auch durch den zweifachen Konjunktiv „könnte“ / „kämen“ der Fragestellung eröffnet wird.

Wir stellen bisweilen mit Schaudern fest, dass dieser raumöffnende Konjunktiv an einer derart wichtigen Stelle in vielen klassischen Verkaufstrainings immer noch verteufelt und geradezu untersagt wird! Modernes, auf neurologischen und psychologischen Erkenntnissen beruhendes Verkaufstraining setzt Sprache intelligent ein und da der Konjunktiv dazu dient, sprachlich Räume und Möglichkeiten zu eröffnen, geht er hier nicht nur vollkommen in Ordnung sondern ist geradezu ein Muss.

Schauen wir uns nun die beiden Alternativen weiter an:

Wert-schätzende Einwandbehandlung

Fall 1 – der Kunde sagt JA

Was wird gesagt?	Was passiert?	Wie wirkt es emotional auf den Kunden?
Kunde: „Ja, dann passt alles“	Unter der Voraussetzung, dass sein Wertesystem erfüllt wird, ist der Kunde bereit, den Einwand zu „vergessen“	Fühlt sich ernst genommen. Vertrauen und Sympathie, „Der ist wirklich bemüht, mit zu geben, worauf ich Wert lege!“
Verkäufer: „In Ordnung, dann schauen Sie mal her ...“	Der Verkäufer „beweist“ jetzt, dass er willens und in der Lage ist, den Wert zu erfüllen. Dass dies neben einer exzellenten Produktkenntnis eine fast pädagogische Kompetenz erfordert versteht sich von selbst. Ebenso wie die Tatsache, dass ein guter Verkäufer über beides verfügt!	Fühlt sich ernst genommen. Vertrauen und Sympathie, „Der ist wirklich bemüht, mit zu geben, worauf ich Wert lege!“

Fall 2 – der Kunde sagt NEIN oder JAIN

Was wird gesagt?	Was passiert?	Wie wirkt es emotional auf den Kunden?
Kunde: „Hmmm, ich weiss nicht“ oder „Naja, vielleicht ...“ oder „Nein!“	Der Kunde ist sich noch nicht ganz sicher, die in Aussicht gestellte Werte-Erfüllung trifft noch nicht ganz den Punkt. Er drückt dies durch ein klassisches „Jain“ oder ein klares „Nein!“ aus. Letzteres übrigens viel seltener als befürchtet!	Erleichternd. Er hat – unterfüttert durch das bis jetzt aufgebaute Vertrauen – die Erlaubnis, seine Unsicherheit oder gar seine starken Vorbehalte zum Ausdruck zu bringen. Was wiederum für Nähe und Vertrauen sorgt!
Verkäufer: „In Ordnung. Woran müssen wir noch denken?“ oder „OK, ich verstehe. Gibt es noch etwas, was ich berücksichtigen muss?“	Der Verkäufer akzeptiert die noch bestehenden Vorbehalte und geht voll auf sie ein.	Fühlt sich verstanden. Vertrauen. Zuneigung.
Kunde: „Na ja, ich denke auch, dass das schon ein ziemlicher Aufwand ist.“	Der Kunde „findet“ den nächsten Einwand und marschiert damit wieder an den Beginn der Struktur.	Vertrauen.

Wert-schätzende Einwandbehandlung

Was tun??

Ganz einfach: Wieder am Anfang, also oben einsteigen.

Die vielleicht naheliegende Frage „Wo kommt das denn jetzt auf einmal her?“ oder „Wieso kommt er erst jetzt damit um´s Eck?“ sind ebenso wenig beantwortbar wie zielführend.

Da das Wertesystem bei den meisten von uns eine fast völlig unbewusste Instanz ist, kommen diese Einwände auch so überraschend wenn ihre Zeit reif ist. Das ist vollkommen natürlich und je selbstverständlicher wir damit umgehen, umso eleganter läuft es auch.

Nach unserer Erfahrung können Sie in diese Struktur übrigens bis zu drei Mal problemlos neu einsteigen, wenn gegen Schluss neue Einwände kommen. Danach wird es für beide Seiten ein wenig anstrengend. Für Sie als Verkäufer ist es – und dieser Gedanke wird Ihnen ab und zu ausgesprochen gut tun! – an der Zeit, zu erkennen, dass es mit diesem Kunden heute einfach nichts wird. Und bevor Sie mit ihm oder sich selbst deswegen allzu hart ins Gericht gehen, machen Sie sich bitte klar:

**Kein Kunde MUSS bei Ihnen kaufen!
Der Kunde darf Nein sagen!**

UND Sie haben im Verlauf dieses Gesprächs mehrfach einen Unterschied zu fast allen Verkäufern gemacht, denen der Kunde in seinem Leben bisher begegnet ist. Sie haben bei ihm den vollkommen aufrichtigen und nachhaltigen Eindruck erweckt, dass Sie genau verstehen, worauf es ihm ankommt und dass Sie ausgesprochen bemüht sind, ihm genau das auch zu geben. Ab und zu klappt es eben einfach nicht – aus welchen Gründen auch immer! – und dies kann man sich ausgesprochen würdevoll zugestehen.

Sagen Sie also, wenn Sie in der hier beschriebenen Gesprächs-Struktur zum dritten Mal bei einem JA/IN des Kunden ankommen, **in aller Herzlichkeit** etwas wie: „Wissen Sie was, Herr Meier? Ich habe den Eindruck, dass ich heute – obwohl ich genau weiß, was Sie brauchen und wollen – einfach nicht das Richtige für Sie habe! Was halten Sie davon, wenn wir an dieser Stelle aufhören und ich weiterhin die Augen und Ohren offenhalte, um das für Sie beste Produkt zu finden? Mir liegt Ihre Zufriedenheit sehr am Herzen und vielleicht haben Sie ja noch einen Tipp für mich.“

Wir versprechen Ihnen, damit treiben Sie bei den meisten Kunden das Vertrauen in Sie und die Zuneigung zu Ihnen auf die Spitze. Eben weil die meisten Kunden diese absolut ungewöhnliche Begegnung auf gleicher Augenhöhe von den allermeisten Verkäufern nicht gewohnt sind. Und sich umso mehr freuen, wenn Sie sich in ein paar Wochen mit einem genau auf sie zugeschnittenen Angebot melden.

Wert-schätzende Einwandbehandlung

Schlussbemerkungen

Sie merken, es geht beim Umgang mit Einwänden emotional gesehen um drei Stimmungen, die der Kunde an dieser Stelle nicht gewohnt ist.

Vertrauen, Zuneigung und Erleichterung!

Letzteres im wahrsten Wortsinn. Sind die meisten Kunden es doch gewohnt, von ihren Verkäufern mehr oder weniger subtil unter Druck gesetzt zu werden. Ab und zu habe ich den Eindruck, dass mancher Zeitgenosse lieber zum Zahnarzt geht, als sich in die Fänge eines Verkäufers oder Beraters zu begeben. Hierin liegt übrigens auch ein Grund für den ungebremsten Run auf die Vertriebsplattformen im Internet, obwohl dort so gut wie keinerlei Beratung stattfindet. Der Kunde ist offenbar bereit, dieses Manko mit allen Nachteilen auf sich zu nehmen, wenn er dazu den direkten Kontakt zum Verkäufer vermeiden kann.

Machen Sie hier einen Unterschied, der einen deutlichen Unterschied macht! Seien Sie der Verkäufer, den Ihr Kunde sich wünscht, der Scout auf dem Weg zur Erfüllung seines Wertesystems. Und nutzen Sie die Einwände, die er hat, um ihm zu vermitteln, dass Sie genau wissen, worauf es ihm ankommt und dass Sie sich reinhängen, um es ihm zu geben. Und bauen Sie dadurch eine von Vertrauen und Zuneigung geprägte Kundenbeziehung auf. Die hier beschriebenen inneren Haltungen liefern in Verbindung mit einem wirksamen Vorgehen genau das. Und dies ausgerechnet beim ungeliebten Umgang mit Einwänden!

Viel Vergnügen beim Beziehungsaufbau und -ausbau und ebenso viel Erfolg!

Markus Hornung
EQ Dynamics

Wert-schätzende Einwandbehandlung

Anhang

Werteliste

A	D	Exklusivität
Abenteuerlust	Dankbarkeit	Experimentierfreude
Abgrenzung	Demut	F
Abwechslung	Dienstbereitschaft	Fairness
Achtsamkeit	Dienen	Familie
Achtung	Diplomatie	Faszination
Aktualität	Distanz halten	Fitness
Akzeptanz	Diskretion	Fleiß
Anerkennung	Disziplin	Flexibilität
Anspruch	Durchsetzungsvermögen	Fortschritt
Anstand	Dynamik	Freiheit
Aufklärung	E	Freizeit
Aufmerksamkeit	Effektivität	Freude
Ausdauer	Effizienz	Freundlichkeit
Austausch	Ehre	Freundschaft
Authentizität	Ehrgeiz	Frieden
Ästhetik	Ehrlichkeit	Führung
B	Einfachheit	Fürsorge
Balance	Emotionalität	G
Begeisterung	Empathie	Geborgenheit
Beharrlichkeit	Einfühlungsvermögen	Geduld
Berechenbarkeit	Energie	Gehorsam
Bequemlichkeit	Engagement	Gelassenheit
Beruf	Entscheiden	Geld
Bescheidenheit	Entspannung	Genauigkeit/Präzision
Beständigkeit	Erfolg	Genuss
Bewegung	Ergebnisorientierung	Gerechtigkeit
Bildung	Erkenntlichkeit	Gestaltungsfreiheit
C	Erotik	Gesundheit
Chancenorientierung	Etikette	Gewinnen

Wert-schätzende Einwandbehandlung

Glaube	Konstanz	Nachsicht
Glaubwürdigkeit	Kontinuität	Nächstenliebe
Gleichheit	Kontrolle	Natur
Großmut	Körperbewusstsein	Neugierde
Großzügigkeit	Kraft	O
H	Kreativität	Offenheit
Harmonie	Kundenorientierung	Optimismus
Herausforderung	Kunst	Ordnung
Hilfe geben/Helfen	Kultur	Originalität
Hingabe	L	P
Höflichkeit	Leidenschaft	Partnerschaft
Humanismus	Leistungsfähigkeit	Perfektion
Humor	Lernen	Persönliche Entwicklung
I	Liebe	Perspektive
Idealismus	Loyalität	Pflichtbewusstsein
Identität	Lust	Phantasie
Information	Luxus	Prestige
Innovation	M	Privatsphäre
Integrität	Macht	Profit
Intelligenz	Manieren	Pünktlichkeit
K	Marktführerschaft	Q
Kampf	Menschlichkeit	Qualität
Klarheit	Mitdenken	R
Kollegialität	Mitgefühl	Rationalität
Komfort	Muße	Realitätssinn
Kommunikation	Mobilität	Religion
Kompetenz	Mode	Respekt
Kompromissfähigkeit	Moral	Risikobereitschaft
Kongruenz	Musik	Rücksichtnahme
Konkurrenzfähigkeit	Mut	Ruhe
Konsens	N	Ruhm
Konsequenz	Nachhaltigkeit	S
		Sachverstand

Wert-schätzende Einwandbehandlung

Sauberkeit	Toleranz	Zusammenhalt
Schnelligkeit	Tradition	Zuverlässigkeit
Schönheit	Transparenz	Zweckmäßigkeit
Selbstachtung	Treue	
Selbstbestimmung	U	
Selbständigkeit	Umgänglichkeit	
Selbstdisziplin	Unabhängigkeit	
Selbstmotivation	Unbekümmertheit	
Selbstverantwortung	Unterhaltung	
Selbstwert	Unterstützung	
Seriosität	V	
Service	Veränderung	
Sexualität	Verantwortung	
Sicherheit	Verbesserung	
Sinnhaftigkeit	Vergnügen	
Sinnlichkeit	Verhältnismäßigkeit	
Solidarität	Verständnis	
Sorgfalt	Vertrauen	
Sparsamkeit	Vertrautheit	
Spaß	Vitalität	
Spiritualität	W	
Sport	Wachstum	
Stabilität	Wahrheit	
Stärke	Wertschätzung	
Stil	Wettbewerb	
Stille	Wissen	
Strebsamkeit	Wirksamkeit	
Struktur	Wohlstand	
System	Z	
T	Zielstrebigkeit	
Tatkraft	Zugehörigkeit	
Teamgeist	Zurückhaltung	
Tiefe	Zusammenarbeit	

Wert-schätzende Einwandbehandlung

Musterantworten zu „Was ist jemandem, der so etwas sagt, wichtig?“

Was ist jemandem, der so etwas sagt, wichtig?	
Formulierung	Mögliche Werte, die dahinter stehen
Das ist mir zu kompliziert!	Einfachheit, Klarheit, Struktur, Übersicht, Ordnung, Verständlichkeit
Das ist mir zu unsicher!	Sicherheit, Genauigkeit, Kontrolle
Ist das Angebot aktuell?	Aktualität, Fortschritt, Sicherheit
Ich möchte genau wissen, woran ich hiermit bin!	Berechenbarkeit, Klarheit, Sicherheit
Das ist mir zu langweilig!	Abwechslung, Unterhaltung, Zerstreuung, Entertainment, Spaß
Ist das aufwendig, da muss ich mich ja dauernd drum kümmern!	Service, Bequemlichkeit, Einfachheit, Freiheit
Da muss man sich halt zusammenreißen!	Disziplin, Selbstdisziplin, Konsequenz, Beharrlichkeit
Mir ist wichtig, dass meine Kinder Abitur machen ... ohne Abitur ist man doch heute nichts mehr!	Bildung, Ausbildung, Wissen, Intelligenz, Familie, Image, Ansehen, Prestige

Wert-schätzende Einwandbehandlung

Ich bin auch bereit, einiges dafür zu tun!	Fleiß, Engagement, Konsequenz, Disziplin
Ich möchte, dass meine Frau und meine Kinder abgesichert sind, falls mir was zustößt.	Familie, Sicherheit, Verantwortung, Fürsorge, Helfen / Hilfe geben
Beim nächsten Mal wüsste ich gerne vorher, wie viel Zeit wir für das Gespräch brauchen.	Effizienz, Zeit, Schnelligkeit, Planbarkeit, Berechenbarkeit
Dieser Flegel hat mir nicht einmal die Tür aufgehalten!	Höflichkeit, Anstand, Achtung, Respekt, Achtsamkeit, Aufmerksamkeit, Wertschätzung
Bitte sagen Sie mir ohne Rücksicht, wo der Hase im Pfeffer liegt.	Ehrlichkeit, Offenheit, Klarheit, Wahrheit
Ich möchte darüber jederzeit selbst entscheiden können.	Freiheit, Unabhängigkeit, Autonomie, Sicherheit
Das ist mir zu teuer!	gutes Preis-Leistungs-Verhältnis, günstig einkaufen, Geld, Sparsamkeit
Bei Ihnen auf dem Schreibtisch sieht es ja ein bisschen chaotisch aus ...	Ordnung, Sauberkeit, Überblick
Da tun wir jetzt nicht mehr lange rum, wir machen das einfach!	Entscheiden, Effizienz, Effektivität, Schnelligkeit

Wert-schätzende Einwandbehandlung

Kennen Sie den Spruch noch: „Wer den Pfennig nicht ehrt ...“?	Geld, Sparsamkeit, Tradition
Haben Sie nichts anderes als so ein 08/15-Angebot?	Exklusivität, Individualität, Prestige
Ich würde mich gerne zusätzlich noch wo anders informieren.	Sicherheit, Übersicht, Verlässlichkeit
Ich möchte gerne über das Kapital verfügen können, wenn etwas Unvorhergesehenes dazwischen kommt.	Flexibilität, Freiheit, Sicherheit, Liquidität
Man lebt ja schließlich nicht nur für die Arbeit!	Freizeit, Ausgleich, Balance, Freude,
Heutzutage muss man ja schon Angst haben, wenn man das Haus verlässt!	Frieden, Sicherheit, Rechtschaffenheit
Ich kann das nicht haben, wenn jemand bei jeder Kleinigkeit aus der Haut fährt!	Geduld, Großzügigkeit, Toleranz, Gelassenheit, Harmonie, Wertschätzung
Der ist mir so auf die Pelle gerückt ... richtig unangenehm!	Distanz, Diskretion, Privatsphäre, Freiraum
Heutzutage muss man einfach mit der Zeit gehen!	Veränderung, Flexibilität, Aktualität, Modernität
Das bringt keinen Spaß! Früher gab es diese Warteschlangen nicht.	Zeit, zügiger Service, Schnelligkeit, Beständigkeit,
Schon wieder ein neues Gesicht!	Konstanz, Beständigkeit, Vertrautheit, Kontinuität

Wert-schätzende Einwandbehandlung

Gilt das in fünf Jahren auch noch?	Kontinuität, Sicherheit, Verlässlichkeit, Beständigkeit
Woher weiß ich denn, was die mit meinem Geld machen?	Kontrolle, Sicherheit, Vertrauen, Transparenz
Ach, wissen Sie, ich hatte einfach nur Glück!	Bescheidenheit, Understatement
Wenn ich Sie richtig verstanden habe, hat das nicht jeder Kunde?	<i>selbstsicher formuliert:</i> Individualität, Exklusivität <i>ängstlich formuliert:</i> Sicherheit, Fremdreferenz
Es sollte schon was richtig Gutes sein!	Qualität, Anspruch, Exklusivität, Individualität
Das würde ich gerne mit meiner Frau besprechen.	Partnerschaft, Sicherheit, Harmonie
Sagen Sie mal, habe ich mich da gestern Ihrer Kollegin gegenüber daneben benommen?	Anstand, Respekt, Harmonie, Wertschätzung, Höflichkeit, Freundlichkeit
Wie kann man sich so benehmen? Wie ein Elefant im Porzellanladen ...	Empathie, Einfühlungsvermögen, Wertschätzung, Sensibilität, Achtsamkeit
Da muss ich eine Nacht drüber schlafen!	Effektivität, Ertrag, Erfolg, Qualität

Wert-schätzende Einwandbehandlung

Links

Wir freuen uns über emotional intelligente Vernetzungen!

Neuigkeiten abonnieren und immer informiert bleiben:

www.xing.com/companies/eqdynamics



„VerXINGen“ Sie sich direkt mit uns:

[**www.xing.com/profiles/Markus_Hornung**](http://www.xing.com/profiles/Markus_Hornung)

[**www.xing.com/profiles/Irena_Fiedler**](http://www.xing.com/profiles/Irena_Fiedler)

[**www.xing.com/profiles/Sabine_Gruener**](http://www.xing.com/profiles/Sabine_Gruener)

[**www.xing.com/profiles/Daniela_Zander**](http://www.xing.com/profiles/Daniela_Zander)



Like us on facebook:

[**www.facebook.com/eqdynamics**](http://www.facebook.com/eqdynamics)



[**www.plus.google.com**](http://www.plus.google.com) unter EQ Dynamics



Live-Mitschnitte von Markus Hornung und EQ Dynamics:

[**www.youtube.com**](http://www.youtube.com) unter Markus Hornung



Infos über unsere kostenfreien Webinare:

[**www.edudip.com/academy/Markus.Hornung**](http://www.edudip.com/academy/Markus.Hornung)

www.eqtools.de

Hier gibt es unsere Wertebooklets und Jonglierbälle



ist Mitglied der

