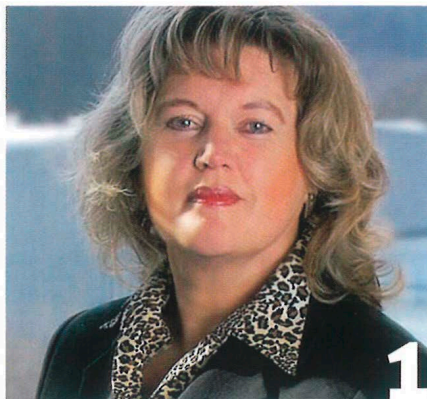


1 Die Autorinnen Julia Kamleiter (r.) und Hildegund Wölfel sind Kommunikationstrainerinnen mit dem Schwerpunkt Verkaufen, Service- und Kundenorientierung. Kontakt: www.pr-und-training.de

2 Allein der Kunde entscheidet, wofür er wie viel Geld ausgeben will. Es ist nicht die Aufgabe des Verkäufers, diese Entscheidung zu bewerten.



Rezepte rund um den Rollator-Verkauf

Die Zahl der Menschen, die einen Rollator benötigen, ist in den vergangenen Jahren stark angestiegen. Für den Sanitätsfachhandel eine gute Chance, durch eine gute Beratung neue Kunden zu gewinnen, diese durch ein geschicktes Verkaufsgespräch zu binden und ihnen die Vorzüge Ihres Sanitätshauses aufzuzeigen. Wir beschreiben Ihnen im praktischen Beispiel, wie das gelingen kann.

Eine Frau in mittleren Jahren, geschätzt Anfang 50, betritt das Sanitätshaus und antwortet auf die freundliche Frage der Verkäuferin, was sie für sie tun könne: „Ich interessiere mich für einen Rollator.“ „Gerne. Kommen Sie bitte mit.“ Bei den Rollatoren angekommen, beginnt die Verkäuferin die unterschiedlichen Produkte zu erklären: „Wenn Sie einen normalen möchten, dann ist das der, den auch die Krankenkasse bezahlt, wenn Sie ein Rezept haben. Dieser hier“, dabei deutet sie auf den nächsten, „ist schon etwas besser, aber auch teurer, und die Kasse zahlt nicht alles. Es gibt dann auch noch den Mercedes unter den Rollatoren, da müssen Sie dann noch mehr draufzahlen.“ Die Dame bedankt sich, will es sich noch einmal überlegen, und geht. Die Verkäuferin verabschiedet sich freundlich, gibt ihr noch einen Flyer mit und wünscht einen guten Tag.

Niemals wäre das bei Ihnen so gewesen. Sicher haben Sie die „Knackpunkte“ sofort entdeckt:

Fehlende Bedarfsanalyse: Der Preis ist der Dreh- und Angelpunkt und offensichtlich das einzige Unterscheidungsmerkmal zwischen den Produkten.

Und was haben Sie noch entdeckt? Welche Ihrer Entdeckungen finden Sie in der folgenden Situation wieder?

„Ich interessiere mich für einen Rollator.“ – „Gerne, da sind Sie bei uns genau richtig. Für wen ist der Rollator denn?“ – „Für meine Mutter“, antwortet die Dame. „Meine Schwester und ich wollen ihr einen zum Geburtstag schenken.“ Die Verkäuferin erwidert: „Das ist eine schöne Idee. Ich zeige Ihnen gerne, aus welchen Rollatoren Sie auswählen können. Bitte begleiten Sie mich.“ Auf dem Weg dorthin steigen Sie mit entsprechenden Fragen in Ihre Bedarfsanalyse ein:

- Aus welchem Grund möchten Sie Ihrer Mutter einen Rollator zum Geburtstag schenken?
- Wie mobil ist Ihre Mutter im Alltag?
- Wo wird sie den Rollator einsetzen?
- Wie gestaltet Ihre Mutter den Alltag?
- Wie ist die Lebenssituation Ihrer Mutter?
- Was wissen Sie bereits über Rollatoren?
- Was ist aus Ihrer Sicht wichtig bei dem Rollator für Ihre Mutter?
- Wenn ich Ihre Mutter fragen würde, was wäre ihr wichtig?

Ausgestattet mit diesen Informationen erhält das Beratungsgespräch eine hohe Qualität. Sie können gezielt den Rollator vorstellen, der aus Ihrem derzeitigen Wissenstand heraus am besten zum Bedarf der Mutter und den Vorstellungen der Schwestern passt. So haben Sie zudem Argumente für den Preis. Formulieren Sie nutzenorientiert – wie:

