

Kursbuch Badverkauf/Wellness

Profi statt Durchschnitt



Viele SHK-Betriebe schöpfen ihre Möglichkeiten beim Verkauf von hochpreisigen Bad- und Wellnessprodukten sowie bei der Komplettbadberatung nicht aus. Wertvolle Tipps und Handlungsempfehlungen dazu bietet das brandneue Kursbuch Badverkauf/Wellness (siehe Kasten). Nachfolgend daraus ein „Appetithappen“.

Die guten Gewinne früherer Jahre haben viele Handwerker unfähig gemacht zu erkennen, dass ihre Denk- und Arbeitsmethoden schon lange nicht mehr stimmen. Vorgehensweisen die einst ankamen, „ziehen“ heute nicht mehr. Professionelles Verkaufen wird zur Lebensversicherung. Je besser Sie zu schwimmen verstehen, desto geringer ist die Gefahr unterzugehen. Methodisches Verkaufen hat darüber hinaus einen hohen Spaßfaktor. Das stellen viele Bäderbauer gerade erst fest.

Die verkäuferischen Ansprüche beim Badverkauf sind groß. Hochwertige Armaturen kosten heute das gleiche, wie ein Geschirrspüler. Verkaufen wird somit zu einer Herausforderung. Die Besten werden das schaffen. Mit einem professionellen Verkaufsleitfaden hat ein innovativer Bäderbauer aus Thüringen – ohne Badstudio – fast 40 Bäder aus dem Katalog verkauft. Fazit daraus: Wenn sich Bäderbauer verkaufsfähig machen, werden sie selbst die Branchenfremden in Sauriergröße schlagen.

Kompetenzen des Verkäufers

Drei Kernkompetenzen braucht ein Verkäufer, um erfolgreich zu arbeiten. Auf die erste, die Sozialkompetenz, bauen die Weiteren auf. Das Hineinfühlen in die Kundenpsyche ist die Basis für erfolgreichen Verkauf. Im Idealfall hat der Verkäufer die Spur eines Helfersyndroms in sich.

Die zweite Anforderung des modernen Verkaufs ist die „methodische Disziplin“. Ein Leitfaden und ein Verkaufsdrehbuch sind die entscheidenden Instrumente. Checklisten und Umsetzungshilfen dazu finden Sie in diesem „Kursbuch“. Wenn der Verkäufer bereit ist, strategisch und mit einer durchdachten Verkaufsmethodik zu verkaufen, hat er an seinem regionalen Markt alle Chancen. Entscheidend ist die Disziplin nach Verkaufsdrehbuch zu arbeiten, aber auch die Fähigkeit flexibel zu steuern.

Die dritte Kompetenzsäule des Verkäufers ist für den Erfolg unverzichtbar. Er sollte moderne Verkaufstechniken nicht nur kennen, sondern auch können. Dazu bedarf es des Trainings. Er braucht zum Beispiel Verkaufsinstrumente, die ihn abschlussstark machen. Es genügt nicht, am Ende der Beratung nur ein einziges Mal verlegen nach dem Auftrag zu fragen. Das ist zu wenig! Jetzt zeigt sich der Köhner.

Zu 100 % Verkäufer

Im Idealfall hat der Bad-Wellnessverkäufer nur einen einzigen Job: Verkaufen. Verkaufen ist keine „Nebenher-Aufgabe“. Denken Sie nur an die zunehmend notwendige Vorbereitung für den Kundenbesuch. Und die vielen zu erledigenden Arbeiten nach und zwischen den Besuchen. Zehn bis fünfzehn Stunden pro Kundenkontakt sind normal. Der Verkaufsprozess in unserer Branche ist höchst komplex. Wenn die Firmenstruktur es aber erfordert, dass der

Verkäufer auch zum Koordinator wird, dann braucht er Verständnis für technische Vorgänge, Kommunikationsfähigkeit und ein hohes Organisations-talent.

Mit dem sich immer stärker entwickelnden Wellness-Gedanken kommt auf die Bad-Verkäufer zusätzlich eine vollkommen neue Dimension hinzu, die gewaltiges Know-How und Hintergrundwissen zum Gesamtkomplex „Wellness“ erfordert.

Kundenmilieu ist entscheidend

Im Raum München hat ein Bäderstudio existenzielle Probleme bekommen, weil ein zum Verkäufer „gemachter“ Monteur dem Kundenmilieu nicht gerecht wurde. Die vorwiegend anspruchsvollen Interessenten suchten Badkultur und Badritual. Der junge Mann war überfordert, wenn es galt, über Ambiente und Design zu reden. „Wir sind kompetent, weil wir erstklassige Produkte haben“, reicht nicht aus. Die Zielgruppe sucht im Verkaufsraum den gleichwertigen Gesprächspartner. Findet sie ihn nicht, geht es ihr wie dem Wanderer der sagt: Meine Karte ist richtig, aber die Gegend ist falsch.

Ist das Verkaufen erlernbar?

Die Guten in der Branche werden das Verkaufen sehr schnell lernen. Die Schlechten dagegen werden sich nicht ernsthaft darum bemühen. Die Konsequenz: in nicht allzu langer Zeit wird deren Berufsbezeichnung schlicht „Einbauinstallateur“ heißen. Das wird für zahlreiche Installateure bitter sein. Verkaufen lernen, wird für viele Unternehmen zur Überlebensfrage. Mit methodisch aufgebauten und praxisnahen Ausbildungen wird Lernen zum Erlebnis. Derzeit sind besonders viele Badverkäufer damit beschäftigt, ihr Know-how im Wellness-Bereich gewaltig aufzupeppen. Mit Recht! Eines

