

## TopTipp Nr. 2: Den Umsatz steigern

### - Was wir von einer Fleischfachverkäuferin lernen können -

Kennen Sie diese Situation? Sie stehen im Supermarkt an der Wursttheke, Ihren Einkaufszettel in der Hand und äußern Ihren Wunsch nach 100 g luftgetrocknetem Parmaschinken. Mit geübtem Griff spießt eine nette Fleischfachverkäuferin einige Scheiben auf die Gabel und legt sie auf die Waage. Die Waage zeigt 114 g an. Und nun kommt die entscheidende Frage: "Darf's ein bisschen mehr sein?" Antwort: "Jaja."

Was passiert hier? Eigentlich ganz einfach: Mit einer simplen Frage hat die Fleischfachverkäuferin den Umsatz einer einzelnen Bestellung um 14 % gesteigert. Dieser Trick funktioniert tagaus tausendfach in den Supermärkten dieses Landes. In den meisten Fällen antworten die Kunden tatsächlich auf diese Frage mit Ja. Das bedeutet konkret, dass auf diese Art und Weise der Umsatz um 5, 10 oder gar 20 % gesteigert werden kann. Und wenn das noch kombiniert wird mit einem etwas beherzteren Stich mit der Gabel, so dass nicht nur 105 g auf der Waage liegen sondern eben 114 Gramm, dann können Sie sich leicht vorstellen, welches Potenzial in dieser Vorgehensweise liegt. Was können Sie davon lernen?

**Was brauchen Sie dazu? Entweder Sie brauchen etwas Konkretes, das Sie "obendrauf legen" können (ein "Add-On") oder Sie brauchen eine spezielle Strategie, um den Umsatz zu steigern. Denn: Der Kunde ist ja schon da! Sie brauchen ihn nicht mehr "zu akquirieren". Hier sind drei Beispiele:**

#### Beispiel 1: Geldanlage in einer Bank:

Stellen Sie sich bitte vor, ein Kunde kommt in eine Bank und möchte Geld anlegen. Im Gespräch mit dem Berater wird über die Anlageform gesprochen und irgendwann taucht die Frage auf "Wie viel möchten Sie denn anlegen?"

Jetzt nennt der Kunde eine Summe, beispielsweise 10.000 €. Die meisten Berater gehen jetzt ohne weiteres zur Bearbeitung dieser Geldanlage über und freuen sich, einen guten Abschluss getätigt zu haben.

Meine Empfehlung: Wenn der Kunde seine Summe genannt hat, fragen Sie ihn doch einmal "Wie viel könnten Sie denn maximal anlegen?" Jetzt gibt es zwei Möglichkeiten: Entweder der Kunde sagt "Nein nein, ich möchte schon bei den 10.000 € bleiben." Oder er sagt "Na ja, 12.000 € ginge vielleicht auch."

Im ersten Fall lassen Sie es so stehen. Im zweiten Fall könnten Sie fragen "Gut wollen wir dann die 12.000 € nehmen?" Die meisten Kunden antworten jetzt mit Ja, was konkret bedeutet, dass Sie Ihr Abschlussvolumen um 20 % gesteigert haben. Manchen Kunden erscheinen 12.000 € dann doch etwas zu viel, dann versuchen Sie einen Kompromiss und schlagen 11.000 € vor. Die meisten Kunden akzeptieren jetzt und Sie haben immerhin noch eine Steigerung um 10 % erzielt.

#### Beispiel 2: Verkauf eines Bürostuhls:

Ein Kunde möchte sich einen Bürostuhl kaufen. Er steht vor einem hochwertigen Drehstuhl, dem man ansieht, dass man "auf Wolke sieben schwebt" wenn man sich darauf setzt. Und der Kunde ist durchaus bereit, hierfür einen entsprechenden Betrag zu investieren.

Was haben Sie als Add On? Viele Bürostuhlverkäufer haben auf diese Frage keine schlüssige Antwort. Klar: diese Frage darf man sich nicht erst im Verkaufsgespräch stellen, sie muss im Vorfeld konkret beantwortet sein.

Als Add On fallen mir hierzu ganz spontan drei Möglichkeiten ein:

1. Ein Set aus Pflege- und Reinigungsmitteln, abgestimmt auf die Materialien des Bürostuhls (Leder, Textil) und verpackt in einer hochwertig anmutenden Box passend zur Wertigkeit des Stuhls.
2. Ein kleines Kissen, auf das der Kunde bei einem Mittagschläfchen seinen Kopf legen kann, wenn er

dazu den Stuhl nach hinten neigt. Natürlich passt das Kissen zu Design, Material und Qualität des Stuhls.

3. Bei einem Lederbezug des Bürostuhl käme auch ein Schreibtischset in Frage, bestehend aus Schreibtischunterlage, Briefständer, Zettelbox, Stifteschale oder -köcher, Papierkorb usw. natürlich ebenfalls passend zu Design und Material des Stuhls.

#### Beispiel 3: Technischer Service beim Kunden:

Ein Servicetechniker führt bei einem Kunden eine Wartung oder Reparatur aus. Dies ist eine willkommene Gelegenheit zur Umsatzsteigerung.

- Der Servicetechniker könnte ein neues Ersatzteil einbauen statt das alte zu reparieren.
- Auch das funktioniert: "Wo wir gerade dabei sind: Ich würde Ihnen empfehlen auch dieses Teil gleich mit auszutauschen, das kommt Sie billiger als wenn wir noch einmal herkommen müssen wenn es später kaputt geht."
- Für viele Kunden kann es sehr interessant sein, sich einige Verschleißteile auf Lager zu legen, um im Ernstfall eine Reparatur schnell durchführen zu können und damit die Betriebssicherheit zu erhöhen.
- Was noch möglich ist: Pflege und Schmierstoffe, die Maschinenreinigung als separate Dienstleistung, spezielles Werkzeug, zusätzliche Handbücher, Videos mit Bedienungsanleitungen, Training, sogar Versicherungen und Finanzierungen sind machbar.

#### Fazit:

Denken Sie mal für Ihren Bereich nach, welche Möglichkeiten es dort gibt. **Suchen Sie gezielt danach!** Am besten, Sie diskutieren darüber im Team mit Ihren Kollegen. Kreativität ist gefragt! Verlassen Sie doch mal eingefahrene Gleise. Haben Sie Mut für Innovationen!

Und wenn Sie eine tolle Idee haben, dann schreiben Sie mir bitte. Ich würde mich darüber sehr freuen.

**Den Umsatz steigern ist nicht schwer,  
Sie müssen es nur versuchen!  
Im Tun liegt der Erfolg!**

**So steigern Sie Ihren Umsatz! Sofort!**