

# Franchise-Nehmer\*innen (für sich) gewinnen

## Teil 2: Erfolgreich verkaufen

Carina Dworak

**SYNCON**<sup>®</sup>

International Franchise Consultants



[SYNCON-FRANCHISE.COM](https://www.syncon-franchise.com)





Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

## 9 Schritte

1. Meine Einstellung
2. Besuchsvorbereitung
3. Gesprächseinstieg
4. Bedarf erfragen
5. Präsentation
6. Einwand / Vorwand
7. Preis
8. Abschluss
9. Follow up .

## 1. Meine Einstellung

## 3 Kompetenzen im Verkauf

### **Sozialkompetenz**

netter Mensch, MMM

### **Fachkompetenz**

Experte

### **Abschlusskompetenz**

Mut zur Entscheidung (Einstellung) .

## Ethik im Verkauf

### **Positive Einstellung**

Ich bin OK - Du bist OK - Mein Produkt (Leistung) ist OK

### **Prozess des Gebens und Nehmens**

### **Nachhaltigkeit**

**Was braucht mein (potenzieller) Interessent / Kunde wirklich?**

### **Augenhöhe .**

## USP

### **Unique Selling Proposition** Alleinstellungsmerkmal

Herausragendes Leistungsmerkmal,  
mit dem Sie sich von Mitbewerbern abheben .

## USP & QM

### Qualitätsmerkmal

Kein USP und doch ein herausragendes Merkmal .

## Eure **USPs** & **QMs**

- Familienfreundlich
- Wenig Invest – viel Ertrag
- Wachstumsstarker Markt 2 x
- Zukunftsorientiert
- Marktführer – genießt Vertrauen, daher mehr Mitglieder
- Große Franchise-Zentrale – Support ...
- Möglichkeit zu Multi-Unit
- Klar strukturierte Dienstleistung – weniger Mitarbeiter, geringere Investition
- Franchise mit Persönlichkeit
- Starke Lieferanten
- Sehr gute Betreuung
- Günstige Lizenzgebühr
- Erfolgreiche Marke in 36 Ländern
- Außergewöhnlich Finanzierungsmöglichkeiten
- Marktführer weltweit

## Einzelarbeit

Warum sollten Bewerber gerade bei Ihnen abschließen?

Moderationskarten

**7 Minuten Zeit**

> danach aufpinnen .

## Elevator Pitch

In 30 Sekunden meine Firma/Angebot und sich selbst professionell vorstellen

### **Person**

Mein Vor- und Zuname, meine Rolle / Funktion.

### **Firma / System**

Was ist das Besondere (Positionierung, 1 – 2 USP´s oder QM´s) .

## Einzelarbeit + Übung: Elevator Pitch

In max. 30 Sekunden meine Firma/Angebot und sich selbst professionell vorstellen

### **Person**

Mein Vor- und Zuname, meine Rolle / Funktion.

### **Firma / System**

Was ist besonders (Positionierung, 1 – 2 UPSs oder QMs) .

## Professionelles Feedback

### Sandwich-Technik:

Besonders gefallen hat mir ...

Kritik in Ich Botschaft

Daraus gelernt habe ich? .

## Professionelles Feedback

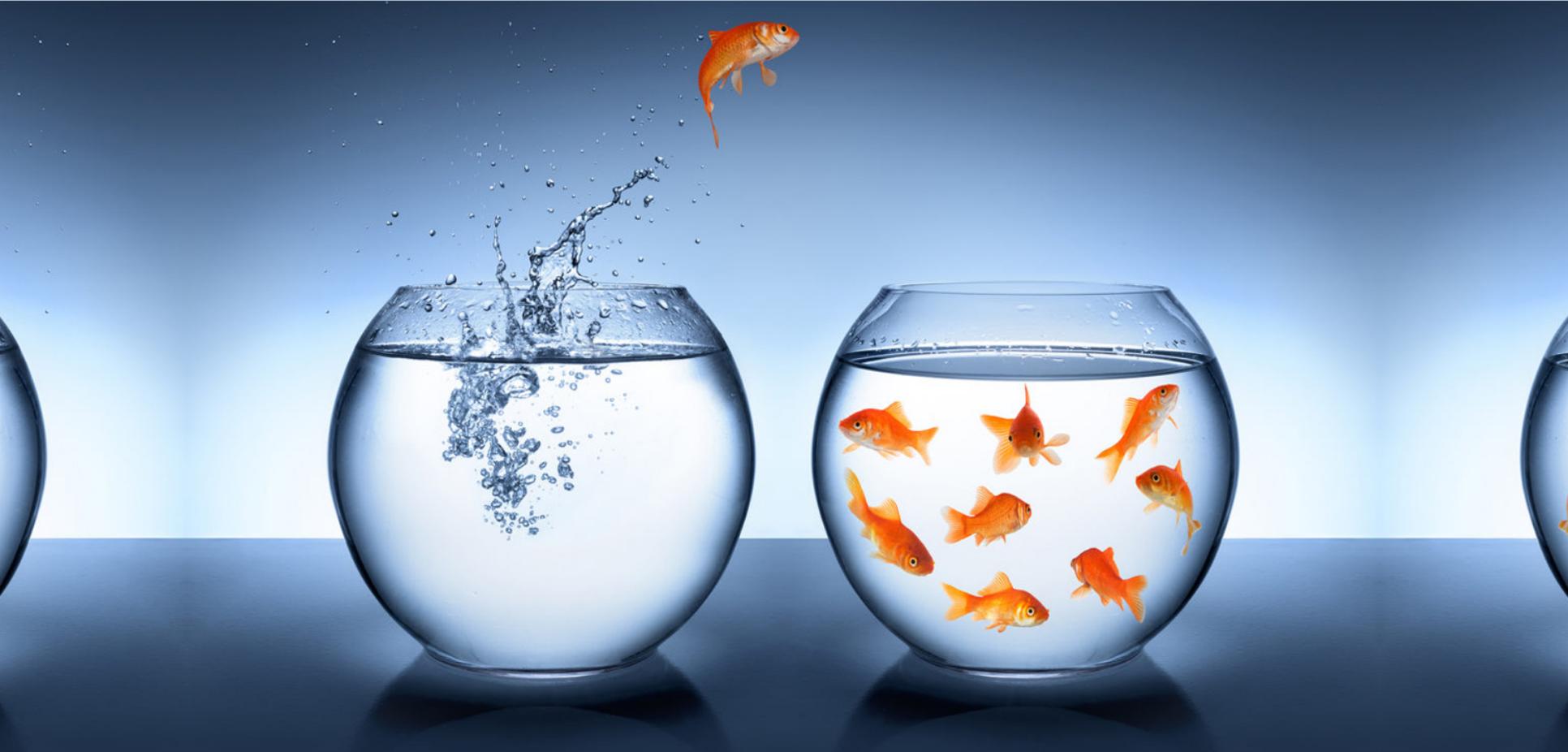
### Zusätzlich wichtig:

Feedback persönlich geben

Feedback soll konkret und förderorientiert sein

Keine Rechtfertigungen

Für Übenden nur: **DANKE** 😊 .



# Franchisenehmer (für sich) gewinnen

Teil 2 / Tag2: Erfolgreich verkaufen

Dieter Martius

## 9 Schritte

**1. Meine Einstellung**

**2. Besuchsvorbereitung**

3. Gesprächseinstieg

4. Bedarf erfragen

5. Präsentation

6. Einwand / Vorwand

7. Preis

8. Abschluss

9. Follow up

## 2. Besuchsvorbereitung

## Einzelarbeit - Vorbereitung

Was hat Ihre Firma / System denn Schönes zu bieten?

Warum sollten wir ausgerechnet bei Ihnen FranchisenehmerIn werden?

**10 Minuten Zeit .**

## Besuchsvorbereitung rechnet sich ...

Wichtiges über den Bewerber / Gesprächspartner

### Bewerbergespräch

- > Welche Unterlagen benötige ich? (und Anzahl)
- > Wie steige ich ins Gespräch ein?
- > Welche Bedarfsfragen stelle ich?
- > Wie präsentiere/informiere ich?
- > Welche Einwände können kommen?

Gesprächsziel (+ Minimalziel).

## Besuchsvorbereitung mit Google & Co

**Für den Vertrieb zwei entscheidende Suchfunktionen:**

### **Funktion: WEB**

Auch viel Privates  
über den Gesprächspartner

### **Funktion: NEWS**

Kombination aus „Name + Firma“  
Ergebnis der letzten 14 Tage aus über  
700 Tages- und Fachzeitungen .

**XING**

**LinkedIn**

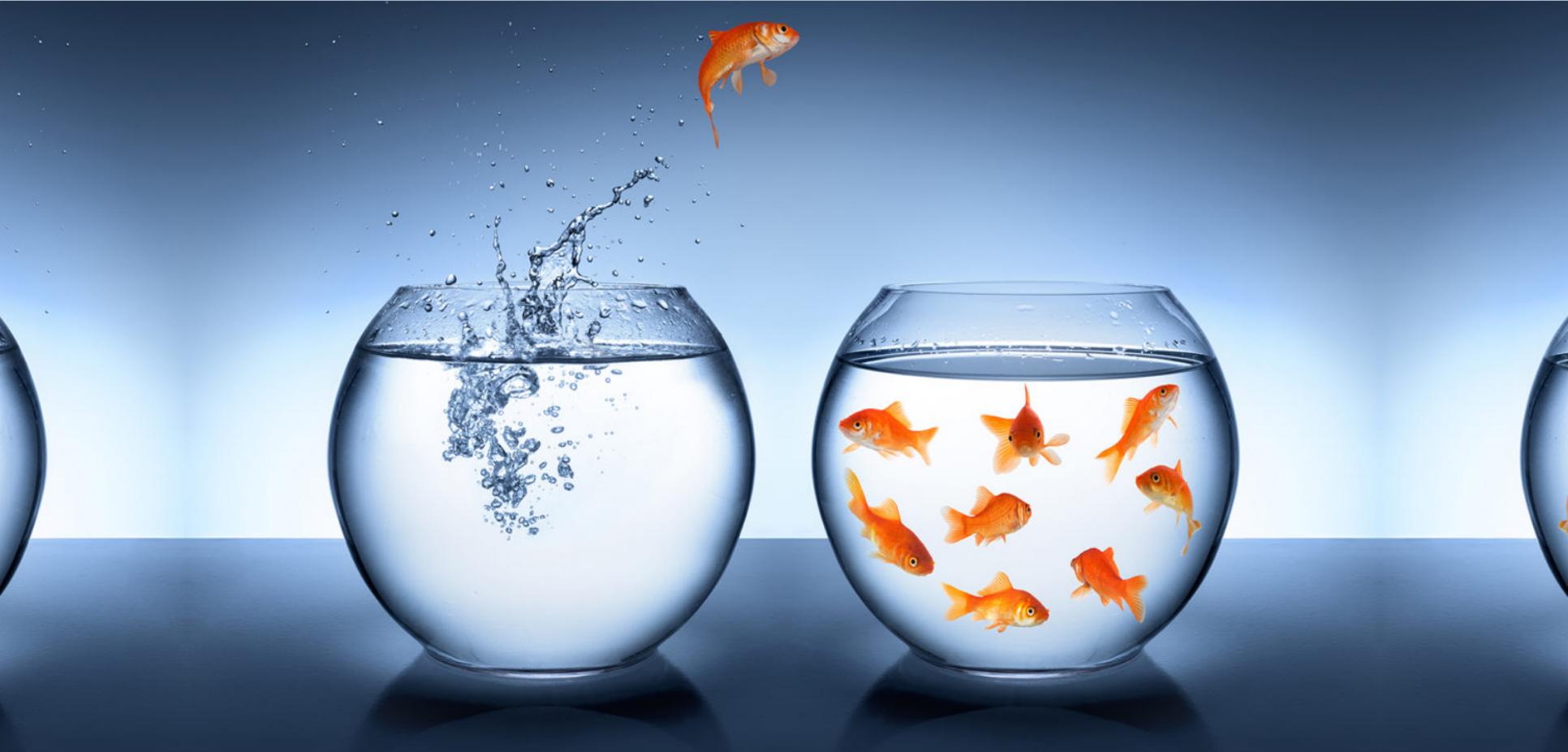
**facebook**

## Checkliste - Vorbereitung

Grundlage ist der eigene Praxisfall

Laptop darf verwendet werden

**10 Minuten Zeit .**



## Professionelles Feedback

### Sandwich-Technik:

Besonders gefallen hat mir ...

Kritik in Ich Botschaft

Daraus gelernt habe ich? .

## Professionelles Feedback

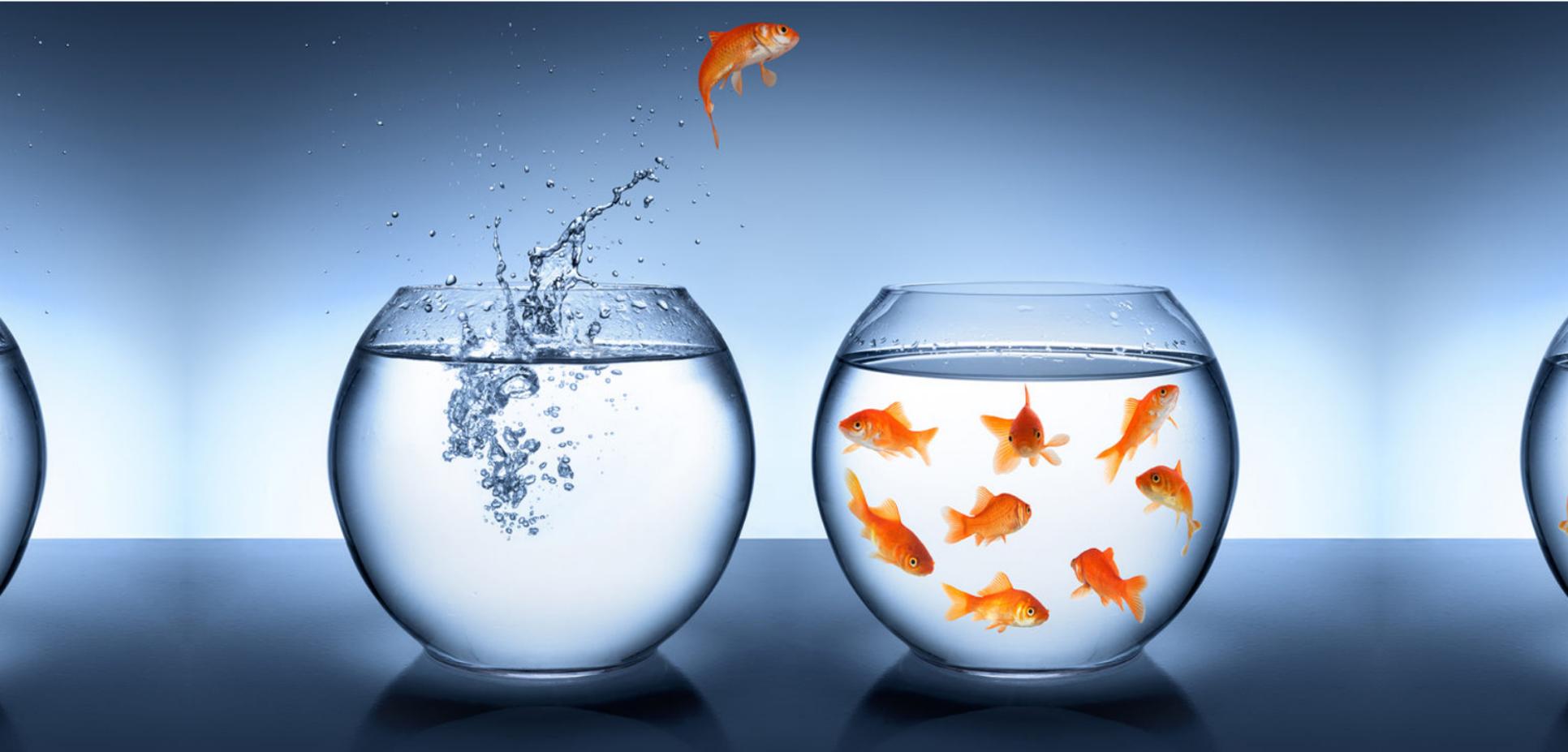
### Zusätzlich wichtig:

Feedback persönlich geben

Feedback soll konkret und förderorientiert sein

Keine Rechtfertigungen

Für Übenden nur: **DANKE** 😊 .



## 9 Schritte

**1. Meine Einstellung**

**2. Besuchsvorbereitung**

**3. Gesprächseinstieg**

4. Bedarf erfragen

5. Präsentation

6. Einwand / Vorwand

7. Preis

8. Abschluss

9. Follow up

## 3. Gesprächseinstieg

## Meine Einstellung

### **Wahrnehmung**

bewusst - unbewusst

### **Körpersprache – Sprache**

viel unbewusst – wirkt immer!

### **Beziehung**

aufbauen – halten

**ICH – DU – FIRMA / ANGEBOT = OK!**

... .

## Für den 1. Eindruck ... gibt es keine 2. Chance

Small Talk

Blickkontakt

Begrüßung mit Handschlag – Händedruck oder ggfls. Corona-adäquat

Freundliche Mimik & Gestik

Offene Körperhaltung („Augenhöhe“, ebenbürtig...)

Firma zeigen (CI, Kleidung, Accessoires ...)

... .

**Vertrauensvolle  
Atmosphäre schaffen.**

## Vertrauensvolle Atmosphäre schaffen

Bewerber einladen

Firma zeigen

Gastfreundschaft

Mitarbeiter Dialog ermöglichen

Ordnung & Sauberkeit

„Hunger“ ...

... .

## Wie Sie herausfinden ob ein Kandidat zu Ihnen passt?

### Gruppenarbeit:

Flipchart

Gruppensprecher präsentiert

**12 Minuten Zeit .**

## Bewerber qualifizieren

Bewerber „wirklich“ kennen lernen

Wie tickt mein Bewerber

Wie trifft er Entscheidungen

Interesse wecken und verstärken

Zusatzinformationen erhalten .

## Tipps fürs aktive zu- (hin-) hören

Blickkontakt

Nicken

„soziales Grunzen!“ ....mmh, ...mmh

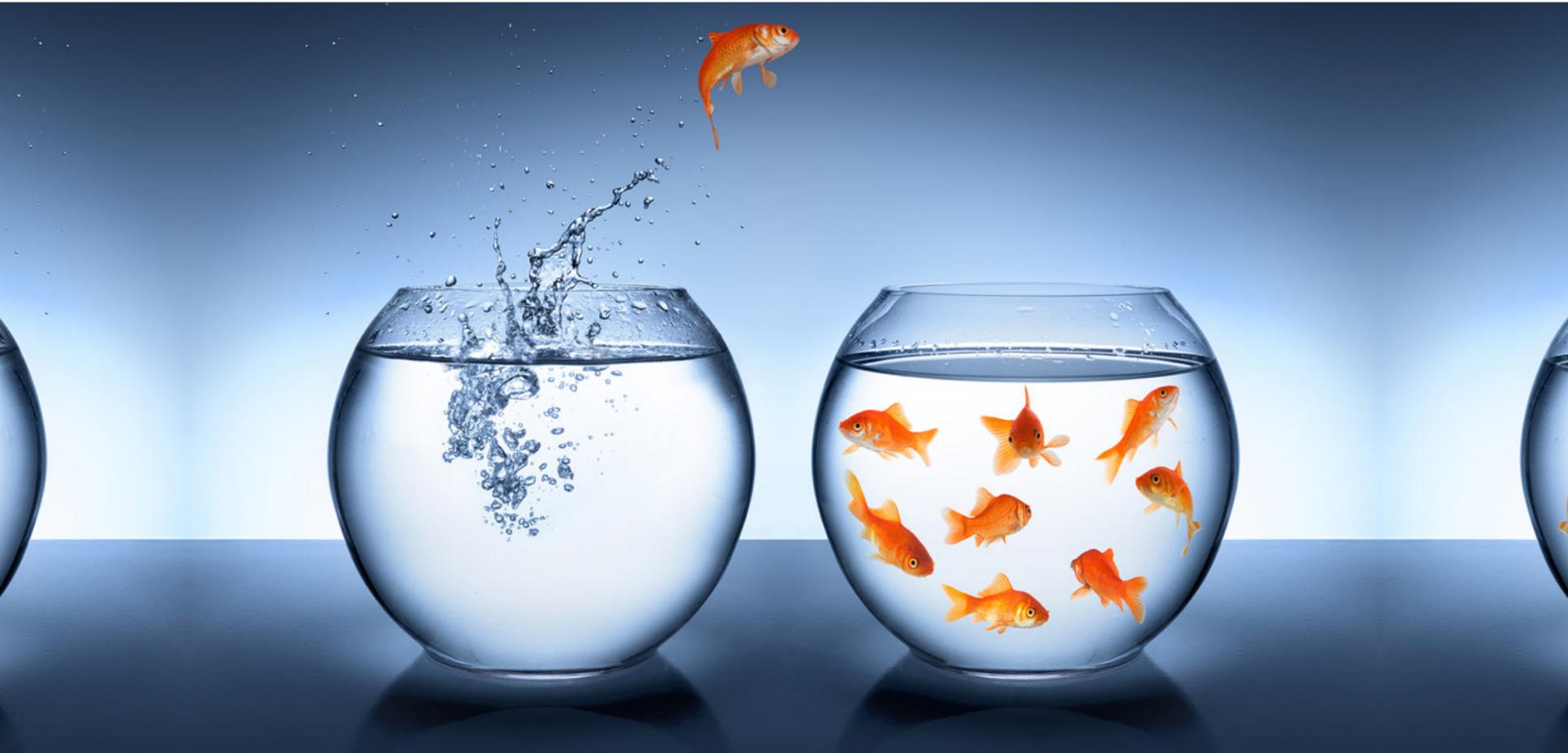
Lächeln (wenn angebracht)

Notizen machen

Aussagen wiederholen (wörtlich)

Fragen stellen

Körpersprache spiegeln .



## Professionelles Feedback

### Sandwich-Technik:

Besonders gefallen hat mir ...

Kritik in Ich Botschaft

Daraus gelernt habe ich? .

**Bitte beachten:**  
Atmosphäre schaffen, offene  
Fragen, aktiv hinhören

## Professionelles Feedback

### Zusätzlich gilt vereinbart:

Feedback persönlich geben

Feedback soll konkret und förderorientiert sein

Keine Rechtfertigungen

Für Übenden nur: **DANKE** 😊 .

## Videoübung: Persönliches Bewerber-Gespräch

Vorbereitung

Bewerber – Rolle erklären

3 System-USP´s – Interesse wecken

Herausfinden, ob Bewerber passt ?

**Videodauer 7 Minuten**

### **Feedback**

Beachten: Atmosphäre schaffen,  
Offene Fragen, aktiv hinhören

**2 Durchgänge**

## Videoübung: Bewerbergespräch

Vorbereitung

Bewerber – Rolle erklären

3 System-USP´s – Interesse wecken

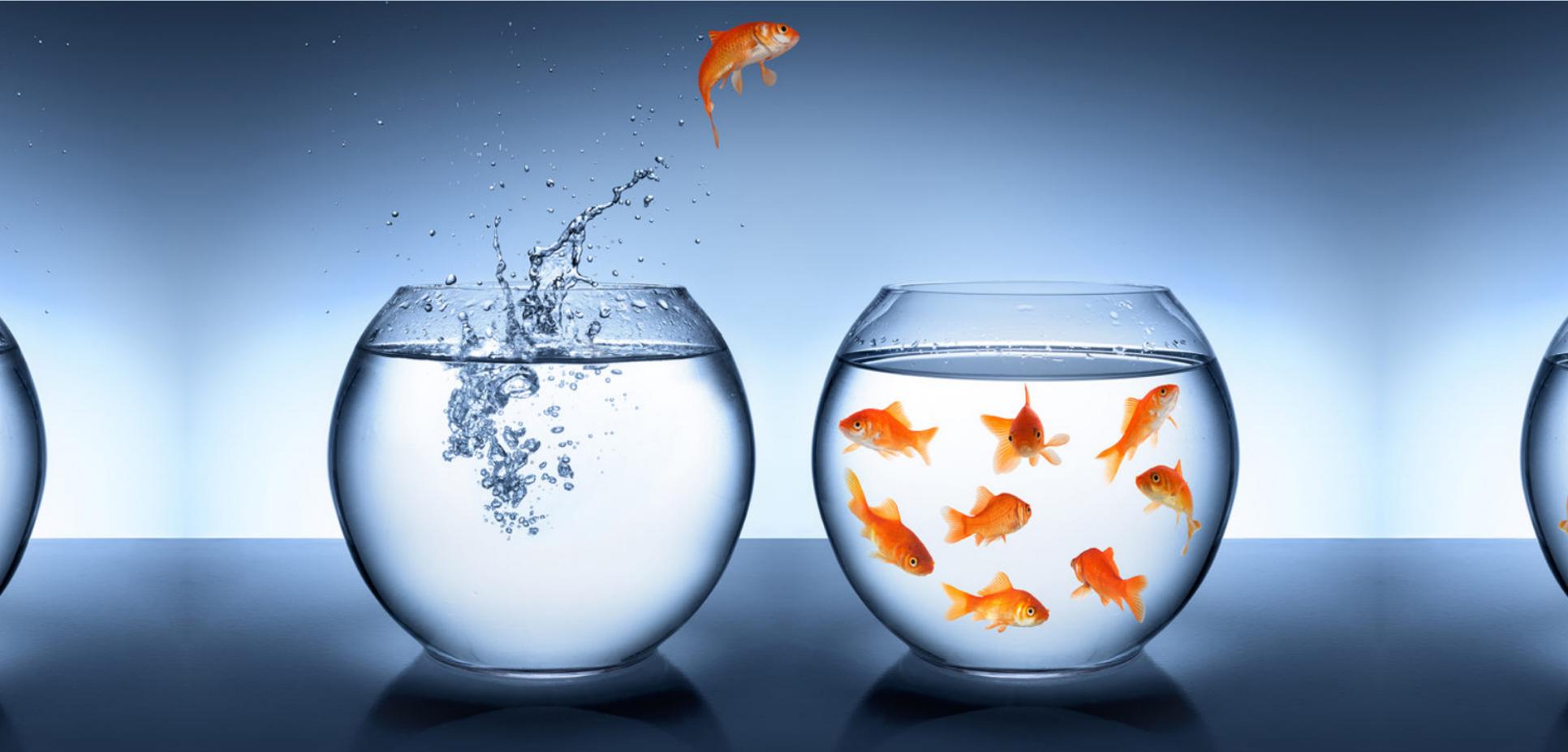
Bedarf ermitteln

**Videodauer 7 Minuten**

### **Feedback**

Beachten: Atmosphäre schaffen,  
Offene Fragen, aktiv hinhören

**2 Durchgänge**



## 9 Schritte

- 1. Meine Einstellung**
- 2. Besuchsvorbereitung**
- 3. Gesprächseinstieg**
- 4. Bedarf erfragen**
5. Präsentation
6. Einwand / Vorwand
7. Preis
8. Abschluss
9. Follow up

## 4. Bedarf erfragen

## Videoübung: Persönliches Bewerber-Gespräch

Vorbereitung

Bewerber – Rolle erklären

3 System-USP´s – Interesse wecken

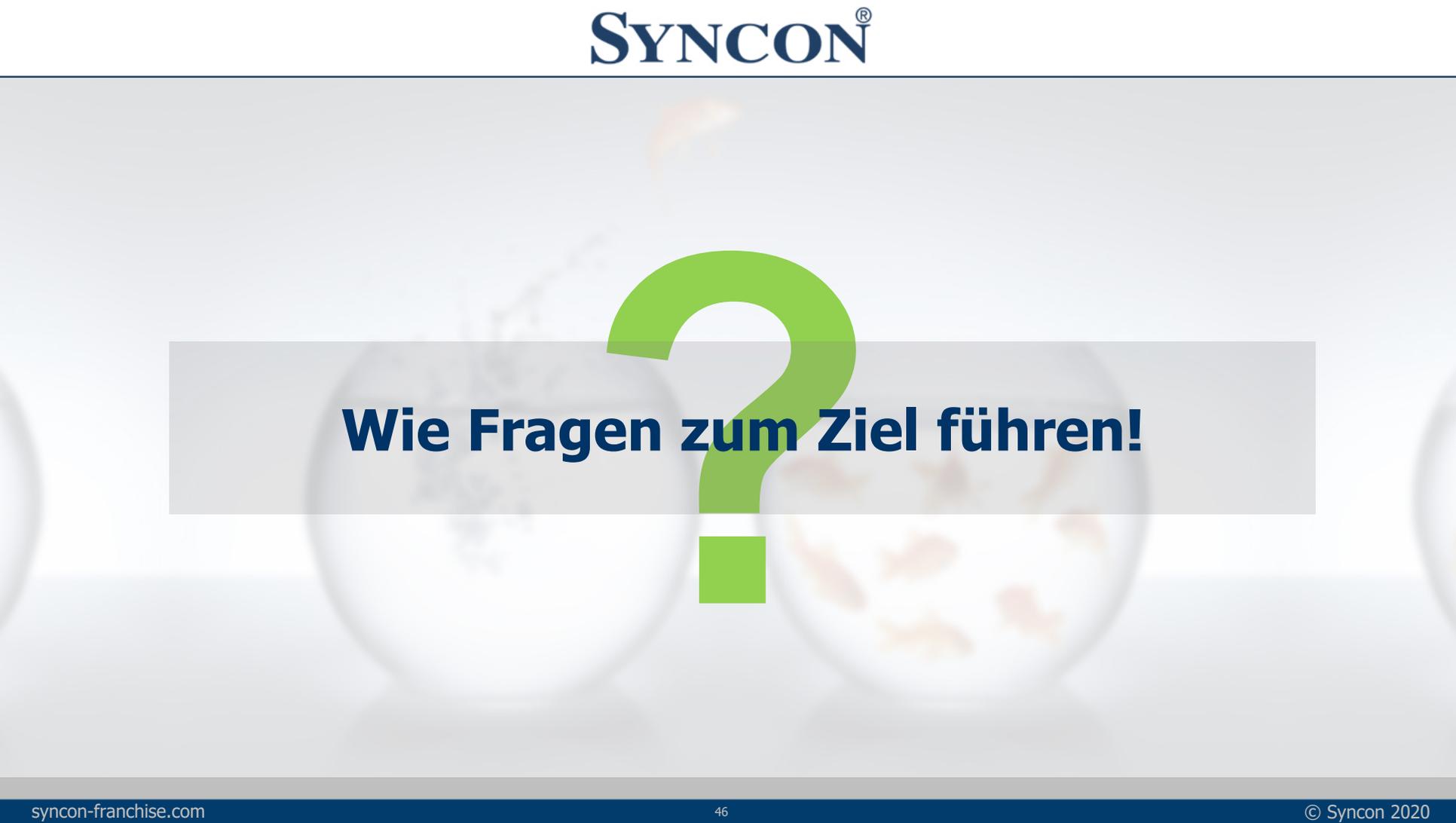
Herausfinden, was der Bewerber erhofft / braucht / erwartet?

**Videodauer 7 Minuten**

### **Feedback**

Beachten: Atmosphäre schaffen,  
Offene Fragen, aktiv hinhören

**2 Durchgänge**



**Wie Fragen zum Ziel führen!**

## 5 Fragearten

1. Geschlossene Fragen

2. Offene Fragen

3. Rückkoppelungs- / Verständnis- Konkretisierungsfragen

4. Alternativfragen

~~5. Suggestivfragen~~

## 1. Geschlossene Fragen

Die Antwort kann nur „Ja“ oder „Nein“ sein

Geeignet für z.B. „Ja-Straße“

Wirkt einengend

Kaum Informationsgewinn

Suboptimal für Bewerbergespräch .

## 2. Offene (öffnende) Fragen

Befragter bekommt keine Antwort vorgegeben

Befragter „muss“ fast frei formulieren

Geeignet für Bewerbergespräch

Gedankenprozess beim Befragten wird stimuliert

Hoher Informationsgewinn .

## 2. Offene (öffnende) Fragen

Offene Fragen sind meist „W-Fragen“:

- Wer ?
- Wie ?
- Wo ?
- Wann ?
- Was ?
- ~~• Warum ?~~

## 3. Rückkoppelungs-Fragen bzw. Verständnis-Fragen

„Wenn ich Sie richtig verstehe, möchten Sie .....?“

„Sie sagten, dass Ihrer Erfahrung nach .....?“

Geeignet für „aktives Zuhören“

Signalisiert Interesse am Kunden .

## 3. Konkretisierungsfragen

„Wie genau meinen Sie, dass ...“

„Welche Erfahrungen haben Sie persönlich gemacht?“

„Was konkret verunsichert Sie ..“

„Wie oft ist schon XXX passiert?“

Signalisiert Interesse am Kunden .

## 4. Alternativfragen

„Möchten Sie noch in diesem Jahr selbstständig werden oder erst im nächsten Jahr?“

Geeignet für den Abschluss

Gefahr der Manipulation!

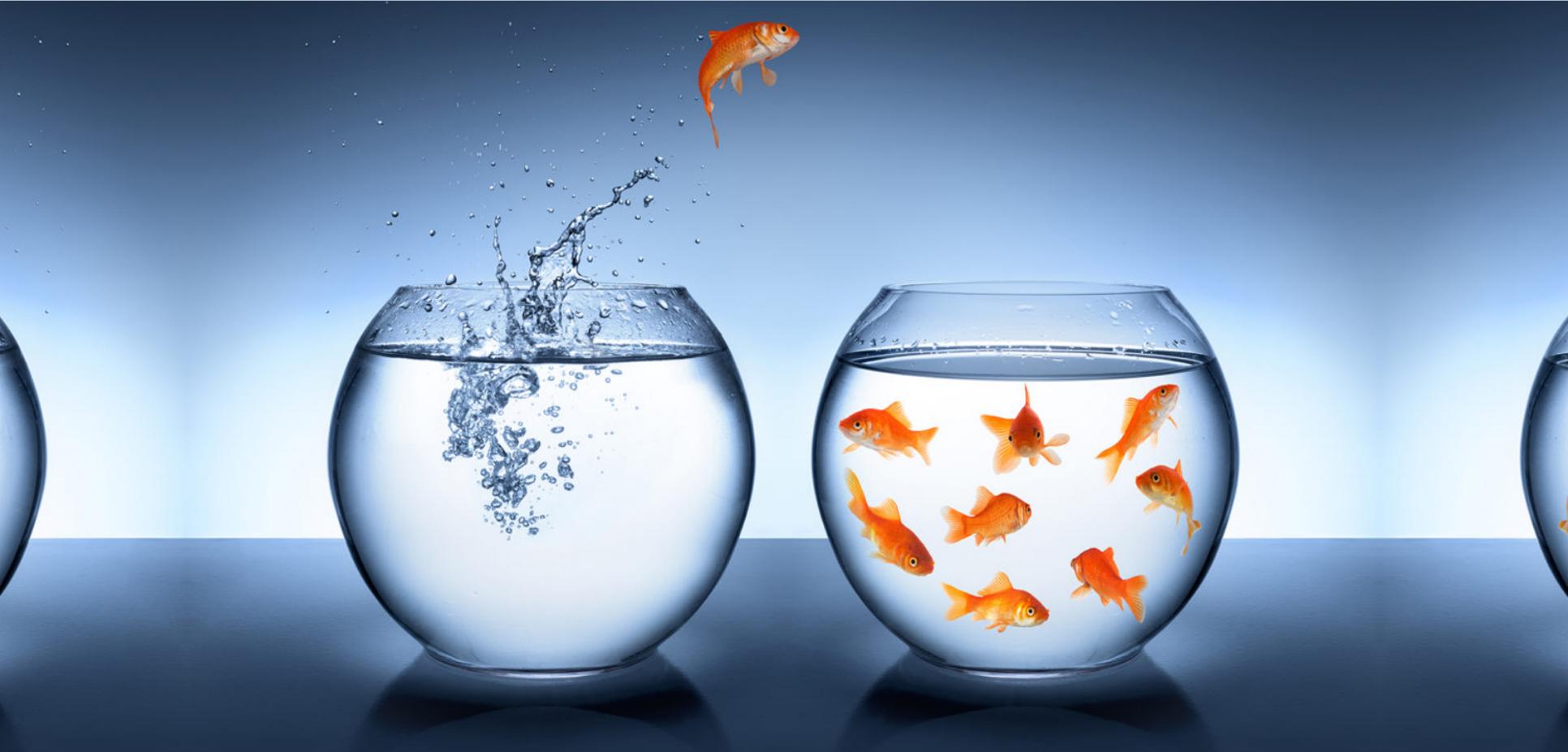
Beziehungsebene kann gestört werden

Bewerber wird evtl. verunsichert .

## 5. Suggestiv-Fragen

~~Finden Sie nicht auch, dass Sie diese Gelegenheit sofort nutzen sollten?~~

**Suggestiv-Fragen haben im professionellen Franchisenehmer-Bewerberggespräch nichts verloren .**



## Bewerber-Fragenkatalog erstellen

### Einzelarbeit:

Achten Sie auf Fragearten

„Fragetrichter“-Logik (vom Großen zum Kleinen)

Reihenfolge der Fragen

**Dauer: 7 Minuten .**

## Praxis Videoübung: 1. Persönliches Gespräch

Vorbereitung

Bewerber – Rolle erklären

Bewerber – Bedarf / Erwartungen erfragen

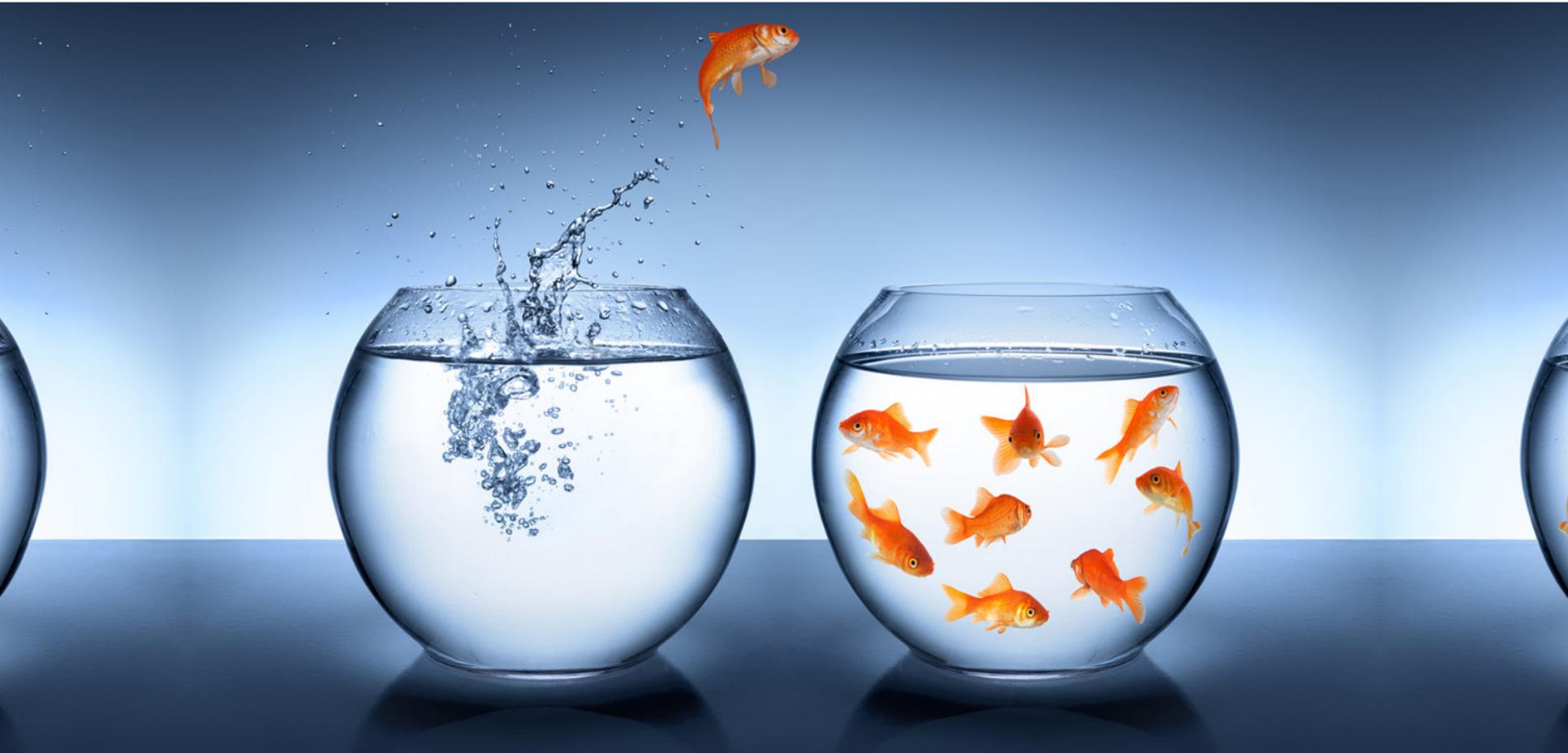
Geheimbotschaft  
erfragen

**Videodauer 10 Minuten**

### **Feedback**

Beachten: Atmosphäre schaffen,  
Offene Fragen, aktiv hinhören

**3. + 4. Durchgang**



## 9 Schritte

- 1. Meine Einstellung**
- 2. Besuchsvorbereitung**
- 3. Gesprächseinstieg**
- 4. Bedarf erfragen**
- 5. Präsentation**
6. Einwand / Vorwand
7. Preis
8. Abschluss
9. Follow up

## 5. Präsentation

## System Bewerber-gerecht präsentieren

Eigene Vorbereitung

Welche Unterlagen benötige ich (visualisieren)

Bewerber Struktur geben

„6:00“ Punkte besprechen

Merkmale mit Nutzen verbinden

Dialog statt Monolog .

## MNC-Technik (VBC®)

### **Merkmal:**

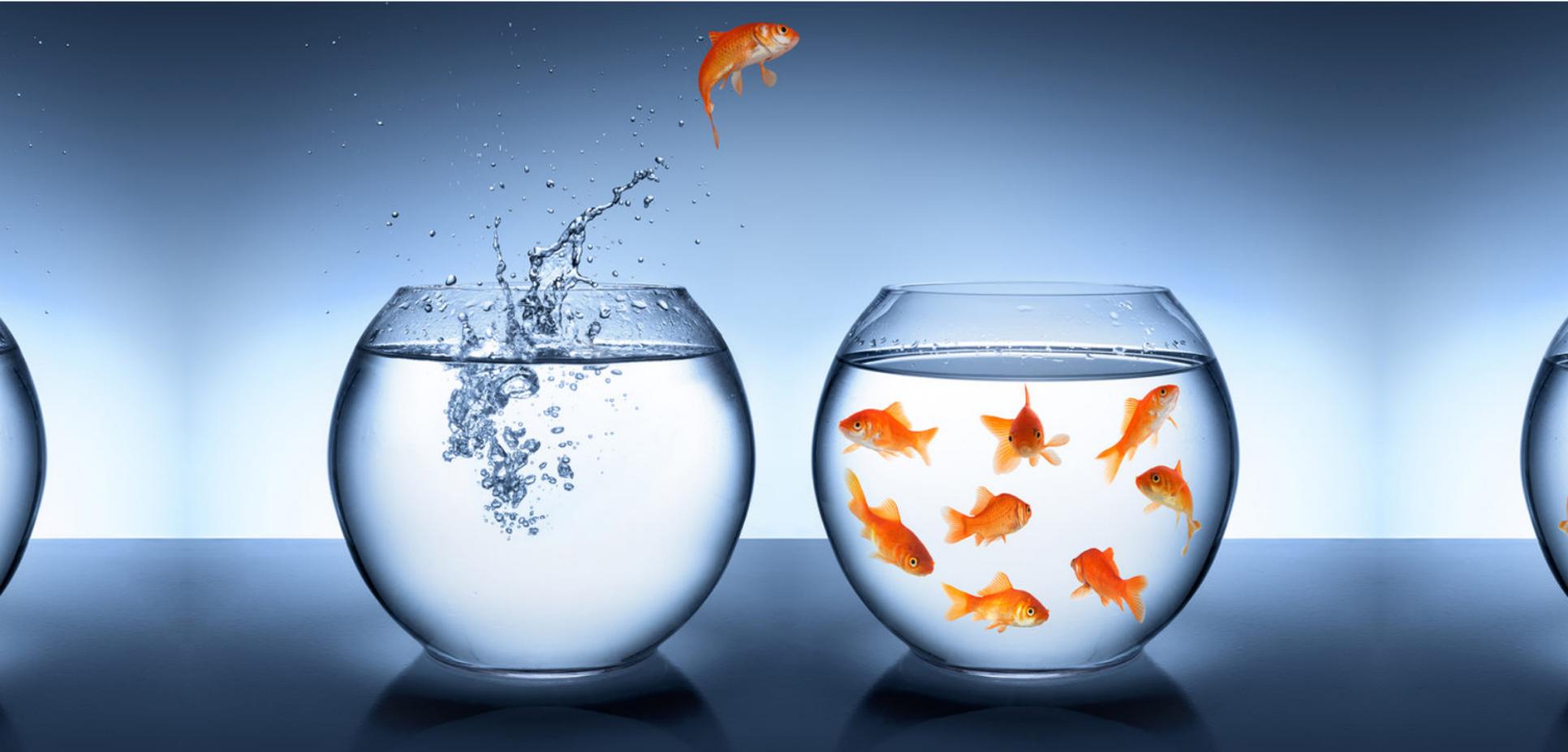
Eine Eigenschaft unseres Franchise-Angebotes, unseres Leistungspaketes

### **Nutzen:**

Welchen Nutzen/Vorteil bringt das dem Bewerber?

### **Checking ? :**

Nachfragen, ob der Nutzen auch als solcher gesehen wird .



## „Argumente“ für Ihr System

Beispiele:

Hoher Standardisierungsgrad – daher keine großen Vorkenntnisse nötig

Größter und erfolgreichster Franchisegeber in der Branche

Sehr viele Alleinstellungsmerkmale

Intensive und partnerschaftliche Betreuung und Unterstützung

**Nutzen daraus formulieren .**

## „Argumente“ für Ihr System

... aus Ihrer online-Vorbereitung

...

...

...

...

**Nutzen daraus formulieren .**

## 7 Kaufmotive

**Gesundheit**

**Sicherheit & Schutz**

**Gewinnstreben**

**Angst vor Verlust (€)**

**Bequemlichkeit & Erleichterung**

**Eigentumsstolz**

**Emotionale Befriedigung .**

## Motivorientiertes Argument

### Gesundheit

Sicherheit & Schutz

Gewinnstreben

Angst vor Verlust (€)

Bequemlichkeit & Erleichterung

Eigentumsstolz

Emotionale Befriedigung

Weniger Belastung mit  
Nebentätigkeiten –  
Weniger Stress

## Motivorientiertes Argument

Gesundheit

**Sicherheit & Schutz**

Gewinnstreben

Angst vor Verlust (€)

Bequemlichkeit & Erleichterung

Eigentumsstolz

Emotionale Befriedigung

Ihr unternehmerisches Risiko  
ist geringer.

## Motivorientiertes Argument

Gesundheit

Sicherheit & Schutz

**Gewinnstreben**

Angst vor Verlust (€)

Bequemlichkeit & Erlebnis

Eigentumsstolz

Emotionale Befriedigung



Wir achten auf Ihren  
Deckungsbeitrag.

## Motivorientiertes Argument

Gesundheit

Sicherheit & Schutz

Gewinnstreben

**Angst vor Verlust (€)**

Bequemlichkeit & Erleichterung

Eigentumsstolz

Emotionale Befriedigung

Durch laufendes Controlling  
erkennen wir Schwachstellen  
rechtzeitig.

## Motivorientiertes Argument

Gesundheit

Sicherheit & Schutz

Gewinnstreben

Angst vor Verlust (€)

**Bequemlichkeit & Erleichterung**

Eigentumsstolz

Emotionale Befriedigung

Zur Schulung Ihrer  
MitarbeiterInnen bieten wir  
Onlineschulungen, das nimmt  
Ihnen viel Arbeit ab.

## Motivorientiertes Argument

Gesundheit

Sicherheit & Schutz

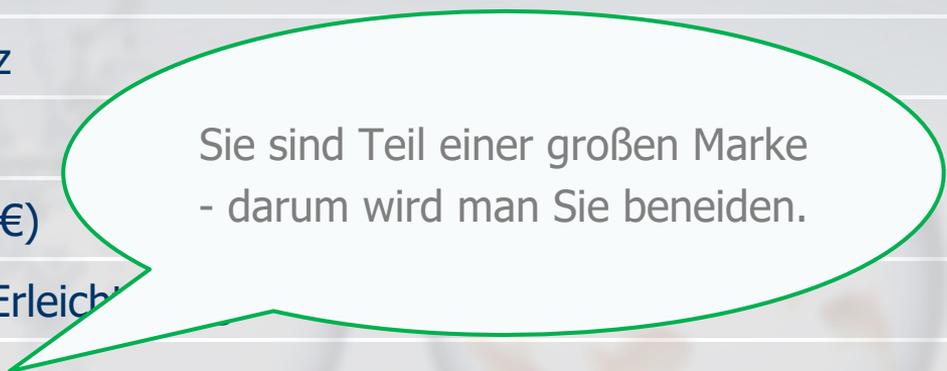
Gewinnstreben

Angst vor Verlust (€)

Bequemlichkeit & Erleichterung

**Eigentumsstolz**

Emotionale Befriedigung



Sie sind Teil einer großen Marke  
- darum wird man Sie beneiden.

## Motivorientiertes Argument

Gesundheit

Sicherheit & Schutz

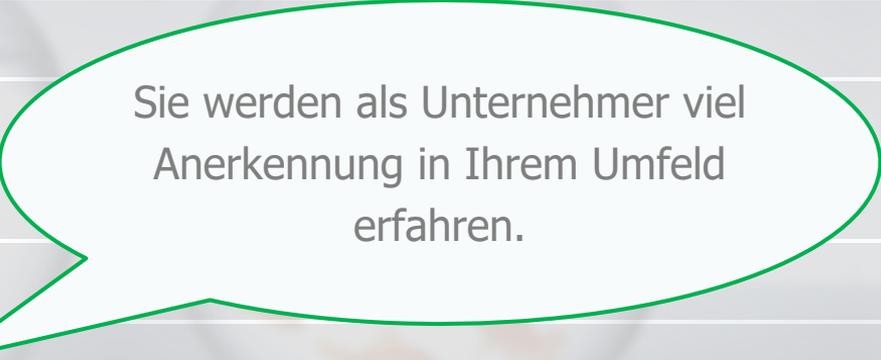
Gewinnstreben

Angst vor Verlust (€)

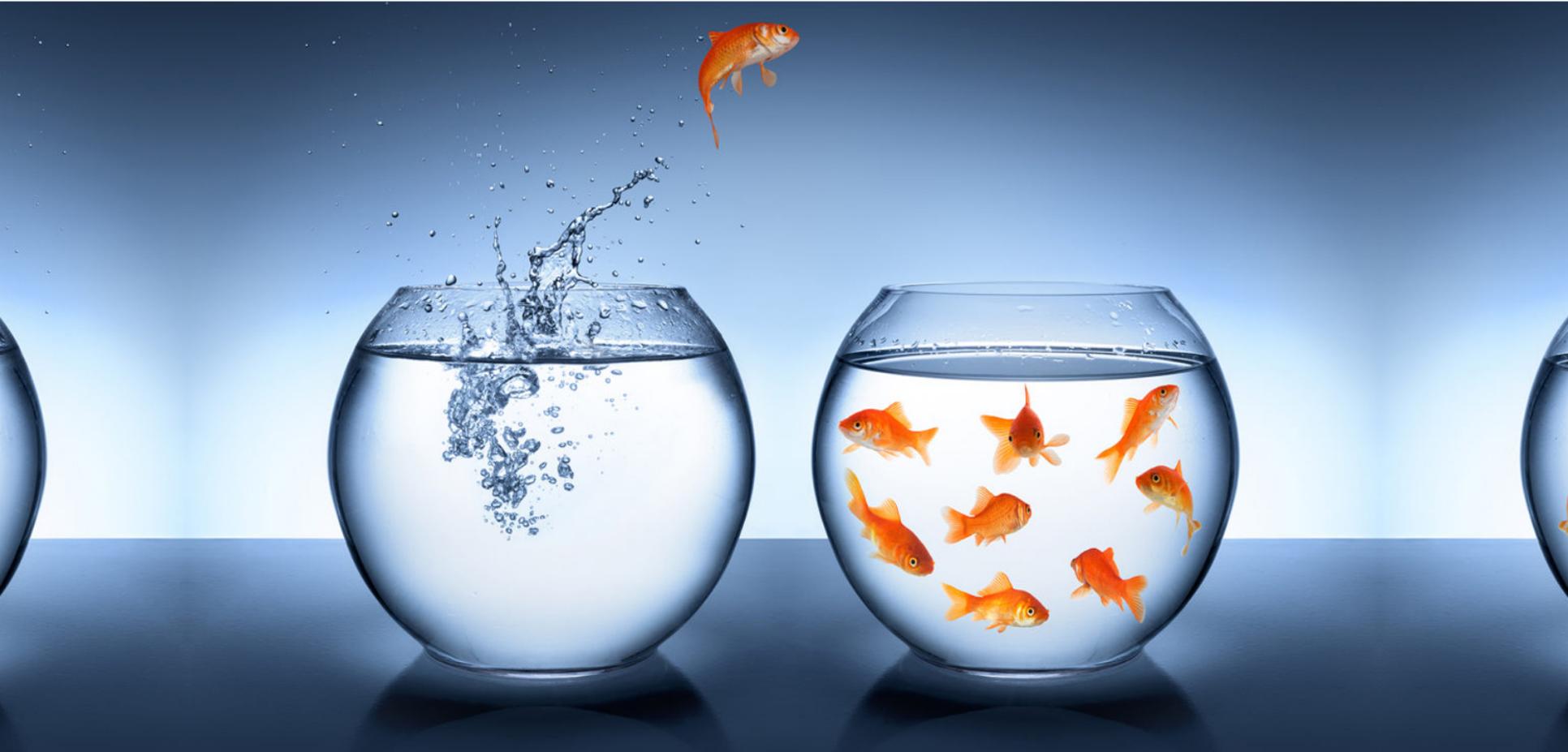
Bequemlichkeit & Erleichterung

Eigentumsstolz

**Emotionale Befriedigung**



Sie werden als Unternehmer viel Anerkennung in Ihrem Umfeld erfahren.



## 9 Schritte

- 1. Meine Einstellung**
- 2. Besuchsvorbereitung**
- 3. Gesprächseinstieg**
- 4. Bedarf erfragen**
- 5. Präsentation**
- 6. Einwand / Vorwand**
7. Preis
8. Abschluss
9. Follow up

## 6. Einwand / Vorwand

## Was sind Einwände ?

**Einwände**

Das werde ich noch mit  
meiner Frau / meinem Mann  
besprechen.

**Vorwände**

Das werde ich noch mit  
meiner Frau / meinem Mann  
besprechen.

## Was sind Einwände ?

### Einwände sind Stoppschilder!



Noch haben mich Produkt / Argumente nicht überzeugt

Noch fehlen Informationen / Beweise

Noch fehlt mir Vertrauen in das System, die Firma / Lösung .

## Einwände sind Stoppschilder

Noch ist die Lösung nicht maßgeschneidert“

Noch fühle ich mich „hilflos“

Noch habe ich keine große Lust abzuschließen

Noch passt mir „persönlich“ etwas nicht

Noch ist das Gespräch zu sehr „Monolog“

... .

## Einwände sind ...

... Argumente und Gründe, die für den Bewerber „noch“ gegen einen Abschluss sprechen

... oft „noch“ fehlende Informationen, Missverständnisse und Unklarheiten .

## „Noch“ ist nichts verloren!

Einwände sind normal

Bewerber/in zeigt Interesse

Bewerber/in ist gedanklich bei der Sache



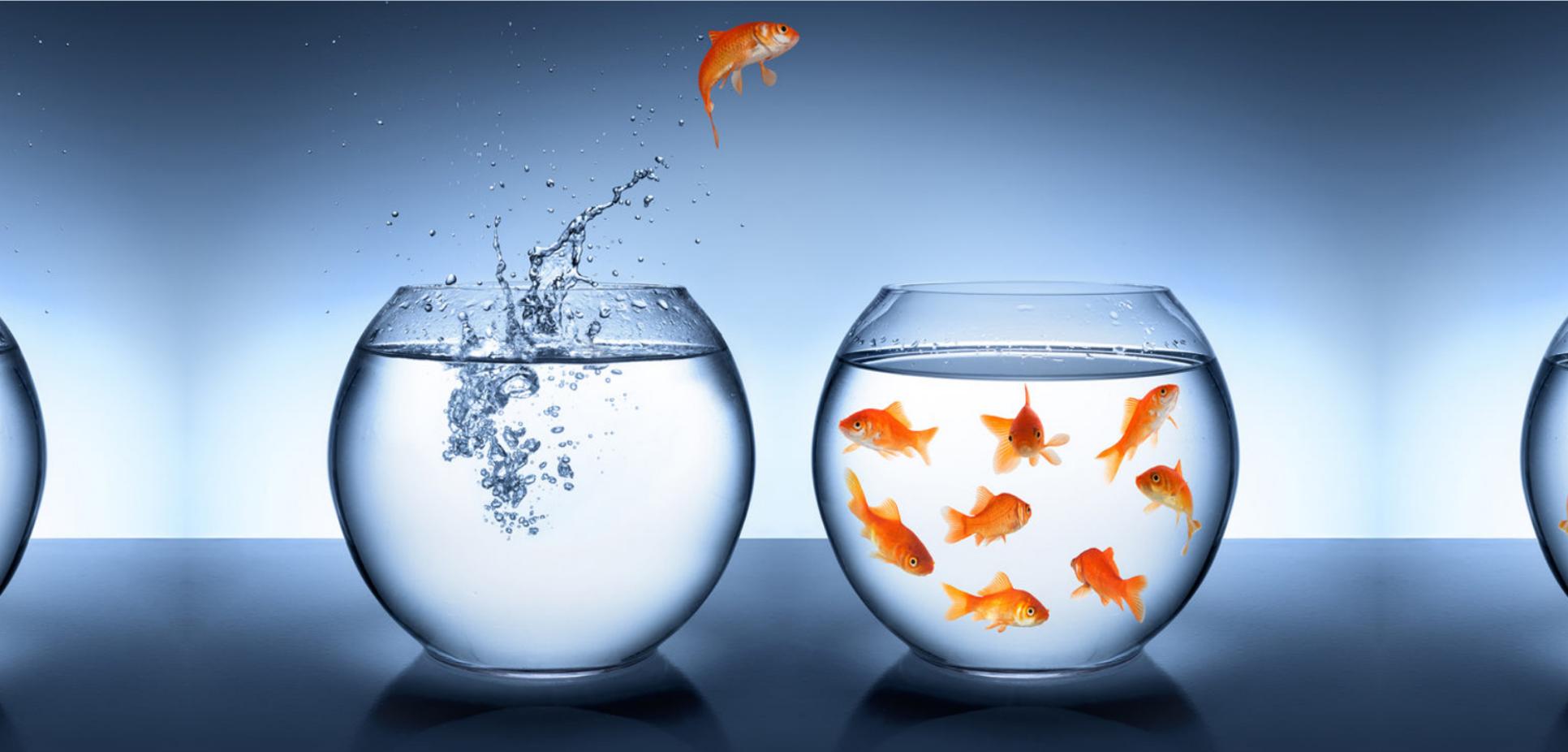
**Einwände sind KAUFSSIGNALE !! .**

## Einwände

### Ihre Beispiele, Online-Vorbereitung

> xxx

- .....
- .....
- .....
- .....
- .....



## Welche Einwände in der Praxis

### Gruppenarbeit:

Neue Gruppen

Einwände in Stichworten auf Moderationskarten

**Dauer: 10 Minuten .**

## Einwände / Vorwände

**Wie erkennen ?**

**Wie unterscheiden ?**

**Wie damit umgehen ? .**

## Einwände / Vorwände

**Wie geht der  
„normale VERKÄUFER“ damit um?**

## Einwand – (Gegen-)Argument

Der Bildschirm ist aber sehr klein!

Ja, aber so lässt sich das Gerät leichter transportieren.  
Wäre der Bildschirm größer, wäre auch das Gerät größer und Unhandlicher, das wollen Sie ja nicht – nicht wahr!

## Einwand – (Gegen-)Argument

Ich finde den Bildschirm  
trotzdem klein!

~~Ja, klar...~~

**Absturz!**

## Einwand/Vorwand erkennen/unterscheiden

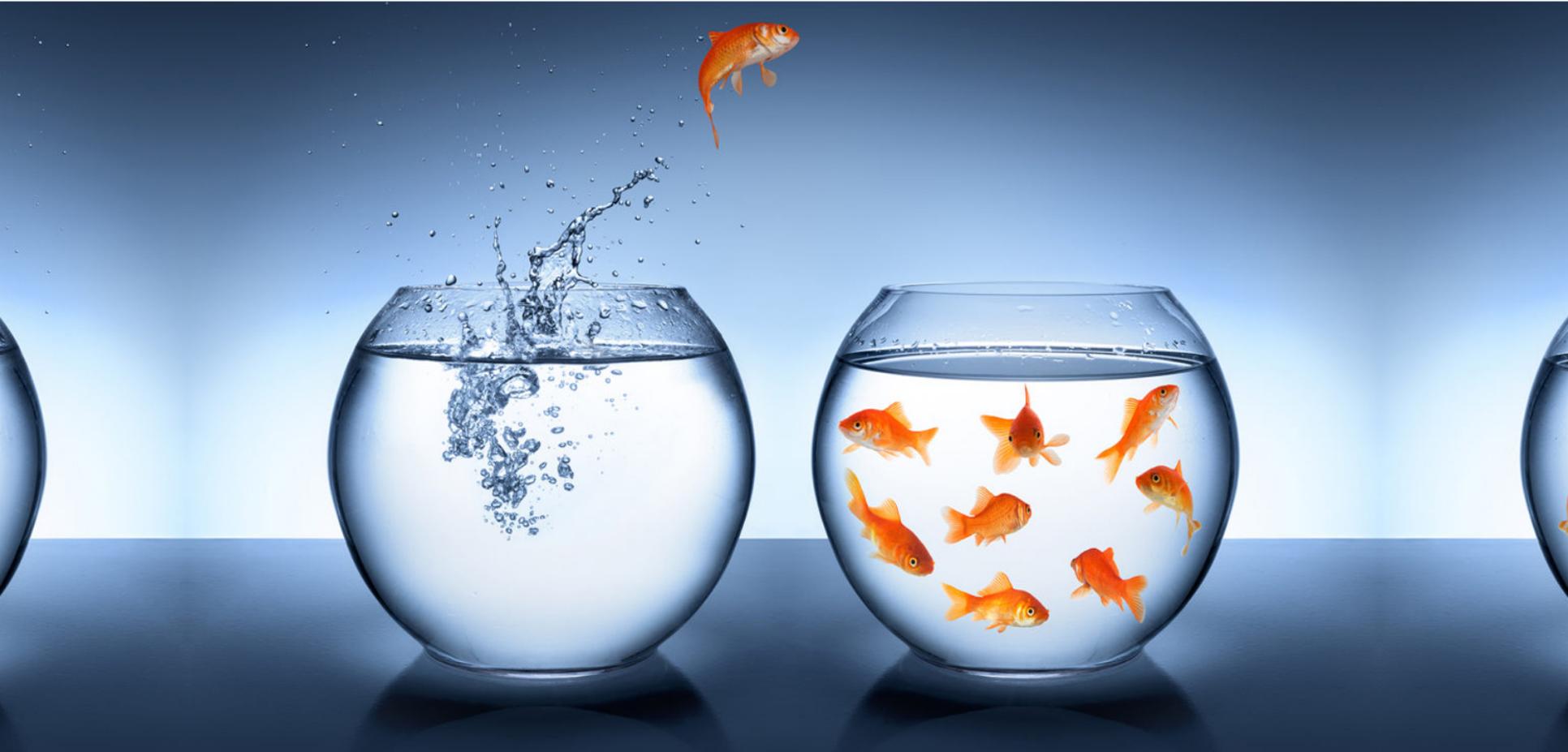
Einwand/Vorwand annehmen - akzeptieren! ( $\neq$  Einverständnis!)

Kundenaussage wiederholen

? Offene Frage zu einem anderen Nutzen Ihres Vorschlags

**kommt selber Einwand wieder = „echter“ Einwand**

**kommt Aussage nicht mehr = „Vorwand“... fortsetzen, abschließen! .**



## Einwand lösen

Nehmen Sie Einwand/Vorwand an

Bewerberaussage wiederholen

**Einwand isolieren und hinterfragen**

**Einwand lösen**

**Checken .**

## Einwand lösen

**Fehlende Informationen**

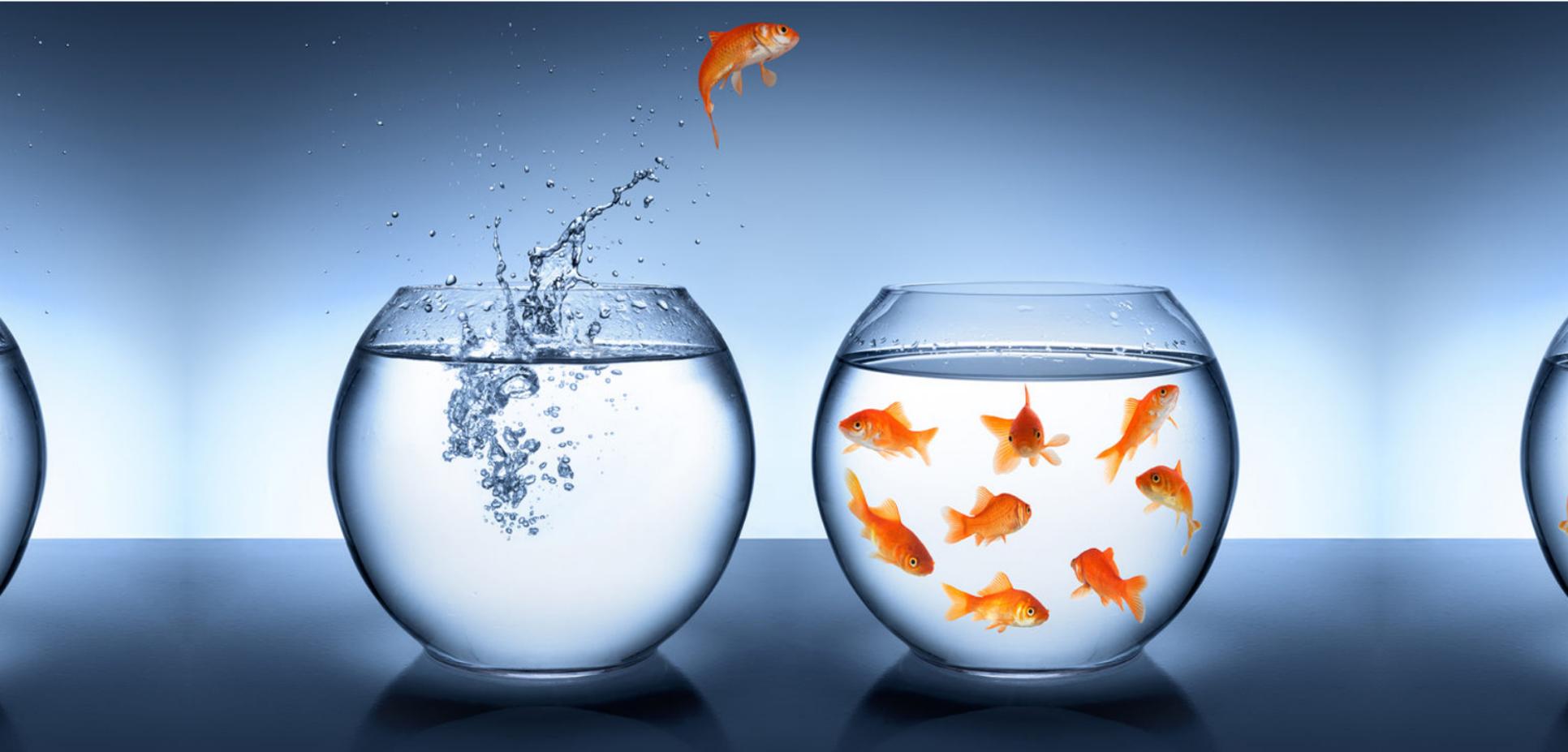
Information nachreichen

**Missverständnisse und Unklarheiten**

**Unlösbare Einwände**

Mit anderen  
Nutzen aufwiegen .

Aufklären und überzeugen  
(evtl. Fürsprecher)



## 9 Schritte

- 1. Meine Einstellung**
- 2. Besuchsvorbereitung**
- 3. Gesprächseinstieg**
- 4. Bedarf erfragen**
- 5. Präsentation**
- 6. Einwand / Vorwand**
- 7. Preis**
8. Abschluss
9. Follow up

## 7. Preis

**Preise selbstbewusst präsentieren!**

... statt verhandeln

## Erfolgsfaktor Nr.1: Meine Preis-Einstellung

Stichwort:

**Unbewusste Wahrnehmung**

**Wir können nicht lügen!**

Körpersprache – Stimme ...

**Glaubenssätze – selbsterfüllende Prophezeiung**

> Was ich glaube, wird zur Realität!

**Wie erkennt man die Einstellung noch? .**

## Unsere USP´s (Alleinstellungsmerkmale):

**Was macht uns wertvoll(er) ?**

(Dienstleistung um die Produkte / Dienstleistungen, ...)

**Wie sind unsere USP´s erkennbar ?**

(Fremdbild – von außen)

**Welche Nutzen bieten unsere USP´s ?**

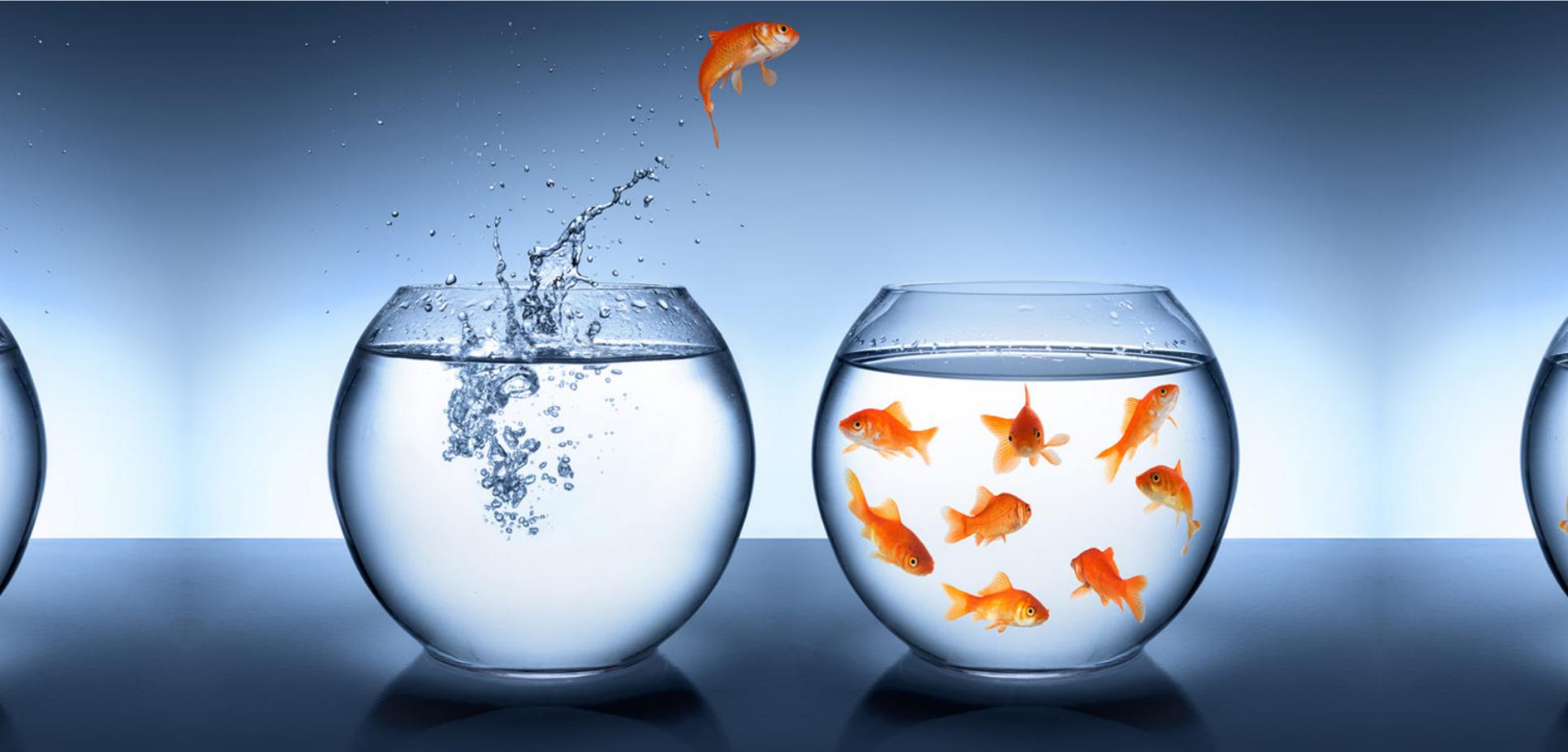
(für uns unsere Kunden)

**Wie bewusst sind uns die USP´s ?**

(Selbstbild)



**Klarheit schafft Selbstsicherheit ! .**



## Preis-Nennung

## Preisnennung WANN ?

Frühestens nach Bedarfsermittlung + Präsentation

Bewerber muss Nutzen + USP erkannt haben

Wertvorstellung muss aufgebaut sein

Wenn aber Bewerber früher fragt ?



**Tipp: Professionell vertrösten. .**

## Professionell vertrösten?

Ich verstehe, der Preis / die Gebühren sind ein wichtiges Kriterium.  
Ich komme in 5 Minuten / sicher noch darauf zu sprechen. Wie sehen Sie ...

Auf den Preis / die Gebühren komme ich gleich zu sprechen, vorher möchte ich Ihnen noch ...



**Tipp: Professionell vertrösten. .**

## Wann kommt der Preis ?

Frühestens nach der Präsentationsphase

Erst wenn der Bewerber Abschlussinteresse zeigt

Wenn etwaige Einwände ausgeräumt sind .

## Videoübung 2: Vertrösten

### Bereiten Sie schriftlich vor:

- > Wie heißt mein/e Kund/in?
- > Wie heißt die Firma?
- > Worum geht es beim Preisgespräch?

Kunde will den Preis / die Gebühren gleich wissen (2-3x)

FB notiert „Vertröster“

**Videodauer: 3 bis 5 Minuten .**

## Die „ANGST-FALLE“

KUNDE:

Was kostet das?

VERKÄUFER:

Äääähmmmm,  
räusper, schwitz ...

## Wege aus der Angstfalle

Gutes Preis-Selbstbewusstsein

gute Vorbereitung

Begeisterung für die eigene Lösung

Eigene Preisakzeptanz fördern

Kosten- / Nutzenkalkulationen

„Total Cost“ – Berechnungen

Positive Einstellung zum Gewinn .

## Preisnennung: wie ?

Attraktiv „verpacken“:

**W-W-W**

was

wieviel

wofür

## W-W-W

**Was**

**Zusammenfassung** „was“ sich alles im Paket befindet (KKK)

**Wieviel**

Die **Investition** dafür beträgt ...

**Wofür**

Der größte **Nutzen** (aus der Bedarfserhebung) .

## W-W-W / Beispiel Einstiegsgebühren

<p><b>Was</b></p>	<p>Für den Einstieg in unser Franchise-System, professionelle Ausbildung und Vorbereitung und Unterstützung beim Start...</p>
<p><b>Wieviel</b></p>	<p>... investieren Sie eine Einstiegsgebühr in Höhe von 35.000,-</p>
<p><b>Wofür</b></p>	<p>... dies ermöglicht Ihnen einen raschen Start in Ihre Selbstständigkeit.</p>

## W-W-W / Beispiel laufende Gebühren

### Was

Wir und unser Team sind in allen Fragen immer für Sie da, entwickeln unser Produkte und Dienstleistungen und unser Franchise-System ständig weiter.

### Wieviel

... dafür investieren Sie die laufende Gebühr von 10% Ihres Netto-Umsatzes

### Wofür

... damit sind Sie selbstständig und haben kompetente AnsprechpartnerInnen für alle Bereiche zur Seite.

## Weitere Nutzen für laufende Gebühren

### Wofür 2

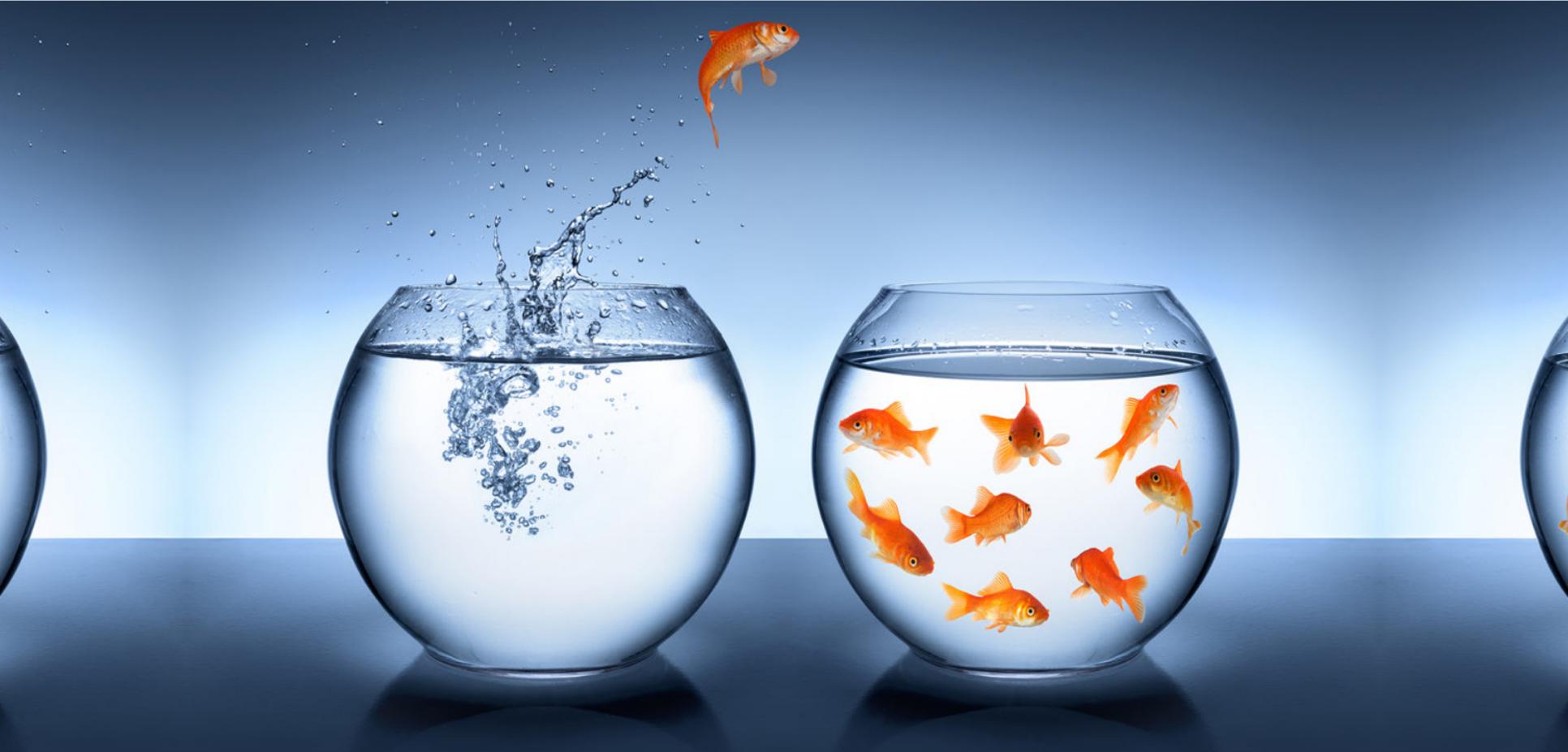
... damit erhalten Sie Unterstützung, um wirtschaftlich erfolgreich zu sein

### Wofür 3

... damit sind Sie selbstständig und profitieren vom Team der Franchise-Zentrale

### Wofür 4

... Sie und Ihr Team profitieren von den laufenden Aus- und Weiterbildungsangeboten



## Videoübung: Preis nennen

Verkäufer nennt Preis (mit WWW aus Praxisfall)

Kunde sagt „zu teuer“

VK reagiert darauf

FB notiert „Reaktion“

**Videodauer: max. 5 Minuten .**

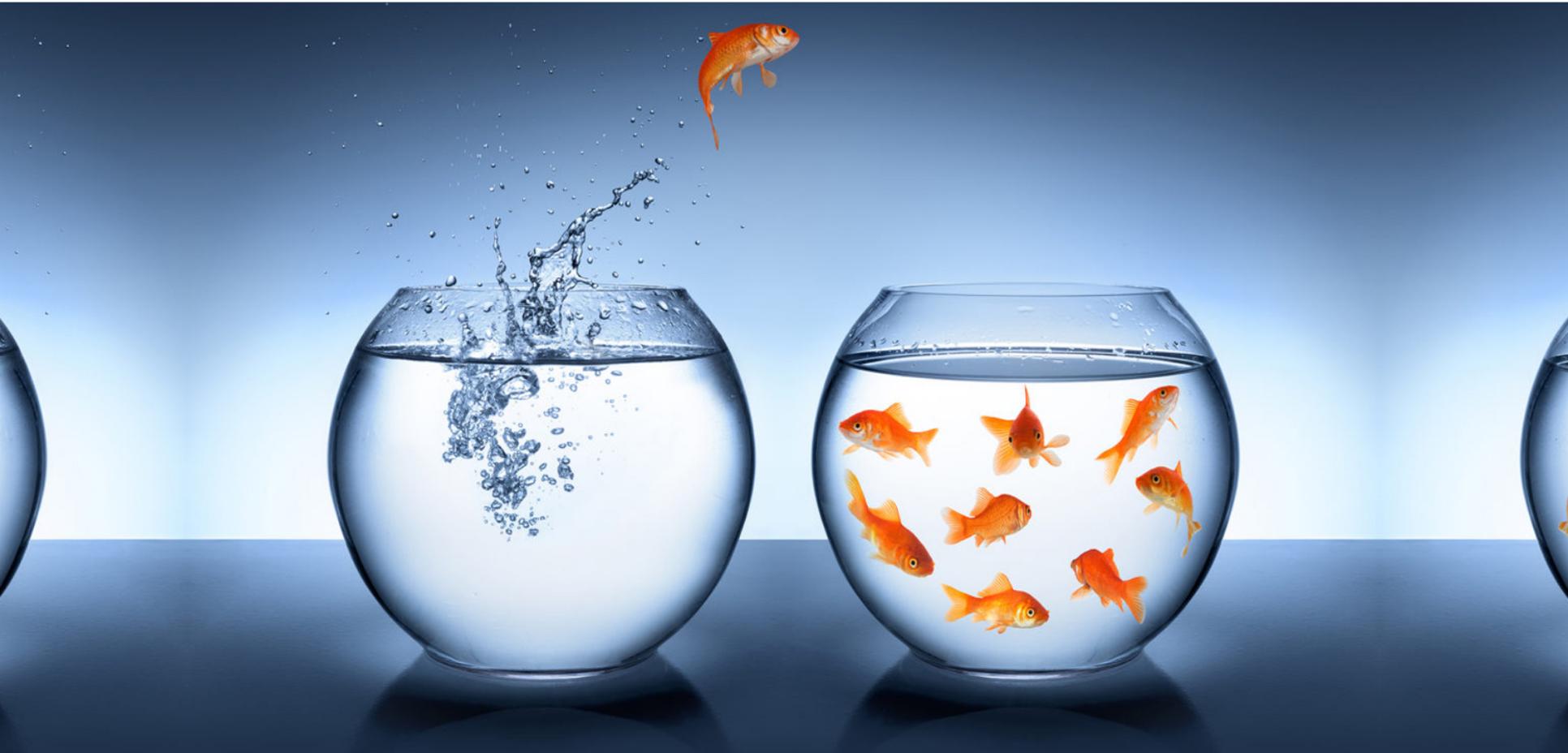
## Preis nennen mit W-W-W

Kunde sagt trotzdem:

KUNDE:



ZU TEUER !



## 7 Wege für „zu teuer“ ...

1. Einwand oder Vorwand ?
2. Zu teuer – in Vergleich wozu ?
3. Aktives zuhören
4. Warum ?
5. Letzter Einwand
6. Wie viel zu teuer ?
7. Was hätten Sie sich vorgestellt ? .

## 1. Einwand oder Vorwand ?

**A** Hören, anerkennen ...

**B** Verständnis zeigen: „Ich verstehe, Sie sagen ...“

**C** Offene Frage zu einem bekannten Nutzen .

## 1. Einwand oder Vorwand ?



Hilft bei „Verbalrülpsen“



Vorwände werden eliminiert



Wichtigkeit wird abgeklopft



Nur mit Übung verwendbar .

## 2. „Zu teuer in Bezug wozu?“



Nur bei guter Argumentation



Bringt meist  
Mitbewerbervergleich



Im Zweifel nicht verwenden .

## 3. „Aktives zuhören“

**Ich verstehe, Sie sagen zu teuer.** (Pause)



Mächtiges Instrument aus der Psychotherapie



Signalisiert Interesse am Partner



Erfordert richtige Betonung und richtigen Einsatz .

## 4. „Warum?“

„Warum?“ (guter Blickkontakt und leicht naive/überraschte Mimik)



Wirkt entwaffnend



Wirkt ehrlich



Erzeugt „Rechtfertigungsdruck“



Muss vorher geübt werden .

## 5. Letzter Einwand

Erst, wenn als Einwand erkannt ...

„Heißt das, wenn wir uns preislich einigen, dass wir ins Geschäft kommen?“



Kunde deklariert sich



Einladung zum Verhandeln



Abschluss nach Preis-  
Einigung



**Tipp: Nur nach einem „JA“ beginnt die Preisverhandlung ! .**

## 6. „Wie viel zu viel?“

Erst, wenn als Einwand erkannt - bzw. nach Technik 5 „Letzter Einwand“



Kunde deklariert sich



Nur noch den Mehrbetrag verkaufen



Preis herunterbrechen  
(Laufzeit, Einheit)



Einladung zum Verhandeln .

## 7. „Was hätten Sie sich vorgestellt?“

Wenn Kunde undifferenziert, wenig konstruktiv und eher negativ ist



Kunde deklariert sich



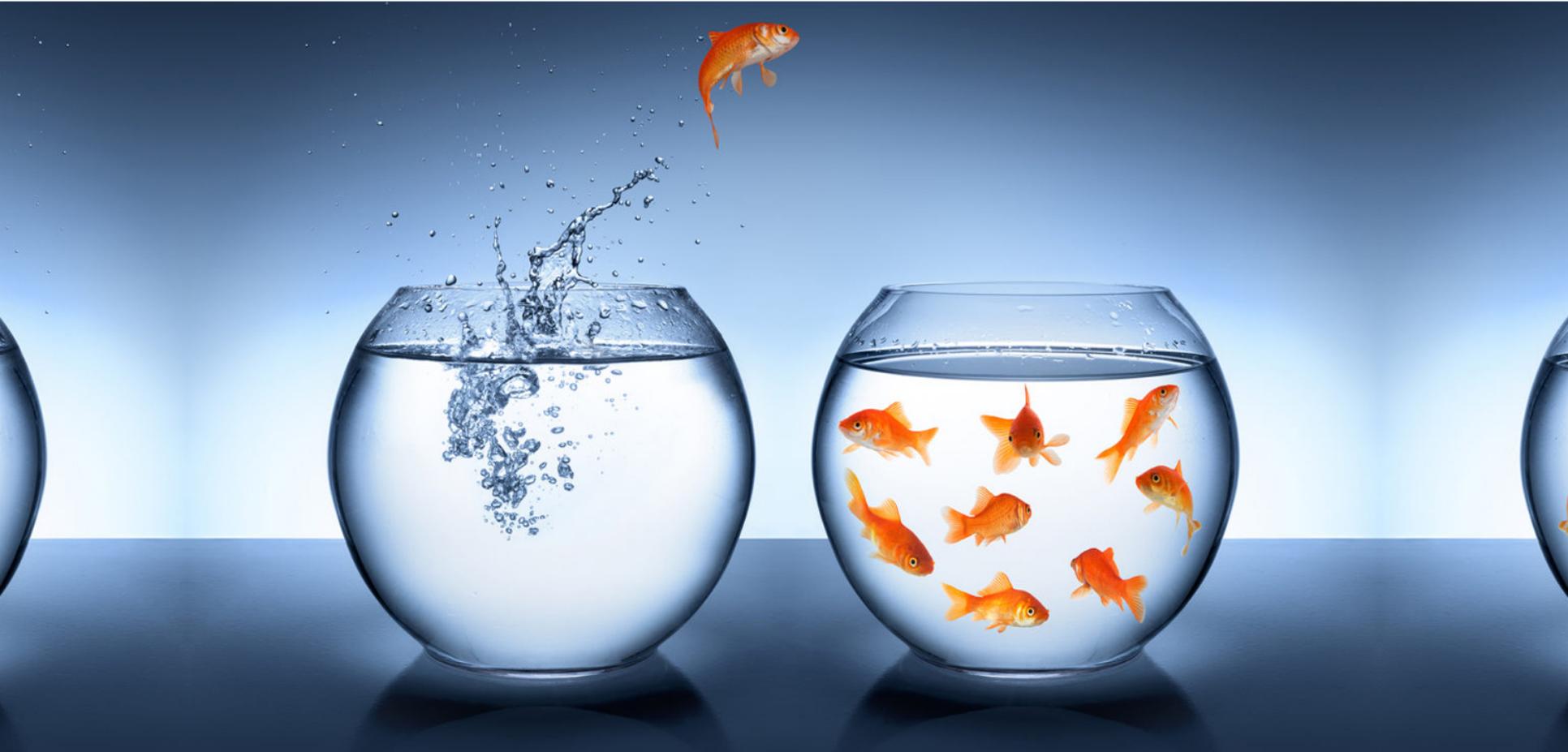
Auch hier bleibt „nur“ der Differenzbetrag



Ernsthaftigkeit wird abgeklopft



Einladung zum Verhandeln .



## Vorbereitung: Übungsgespräch

### Neuer Kunde

Erstes Gespräch im eigenen Büro

#### Situationen:

- > Beide sitzen am Tisch
- > Beziehungsaufbau
- > Bedarfs-Qualifizierungsfragen
- > Systempräsentation
- > Preis? Einwände?
- > Abschluss !

**Vorbereitung: 5 Minuten .**

## 9 Schritte

- 1. Meine Einstellung**
- 2. Besuchsvorbereitung**
- 3. Gesprächseinstieg**
- 4. Bedarf erfragen**
- 5. Präsentation**
- 6. Einwand / Vorwand**
- 7. Preis**
- 8. Abschluss**
9. Follow up

## 8. Abschluss

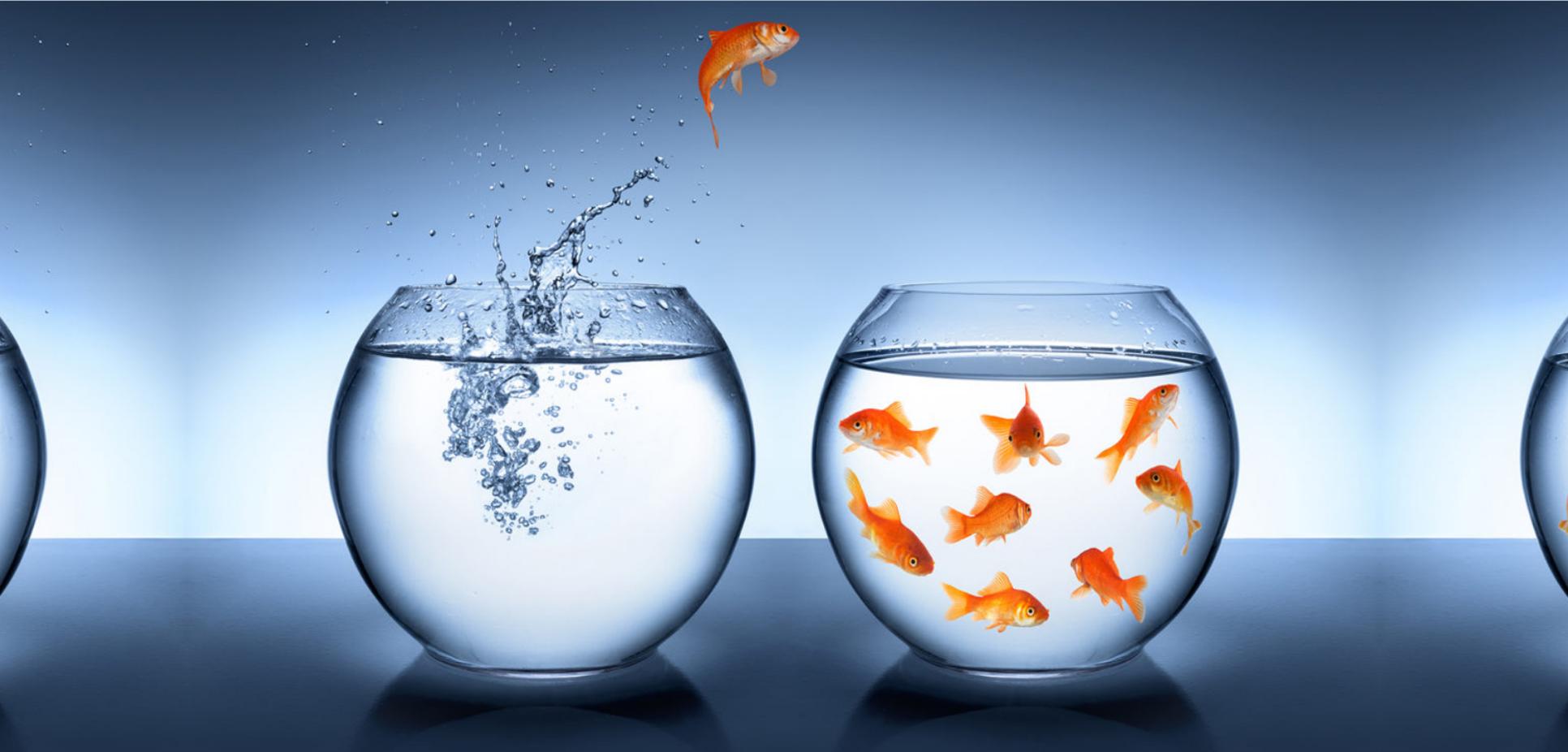
Was Sie nach jeder  
**FRAGE**  
beachten müssen !

Was Sie **besonders** nach jeder  
**ABSCHLUSSFRAGE**  
beachten müssen !

**UNBEDINGT**  
und  
**IMMER !**

**Pause !**





## Video: Gesprächsübung

**Komplettes Verkaufsgespräch**

## Video: Gesprächsübung

**Komplettes Bewerbungsgespräch**

## 9 Schritte

1. Meine Einstellung
2. Besuchsvorbereitung
3. Gesprächseinstieg
4. Bedarf erfragen
5. Präsentation
6. Einwand / Vorwand
7. Preis
8. Abschluss
9. Follow up

## 9. Follow up

## Und was kommt danach ?

Nicht gleich abhauen

Nicht stundenlang quatschen

Bewerber/in bestärken

Nachentscheidungsreue vorbeugen

Sachliche Prüfung der Details

„Feiern“ – Begrüßungsritual

Nächste Schritte

„Selbstcheck“ .

## Der Selbstcheck

Wie war die Vorbereitung ?

Wie war die Kommunikation / meine Fragen ?

Wie war das „Aktive Zuhören“ ?

Habe ich mein Ziel erreicht ?

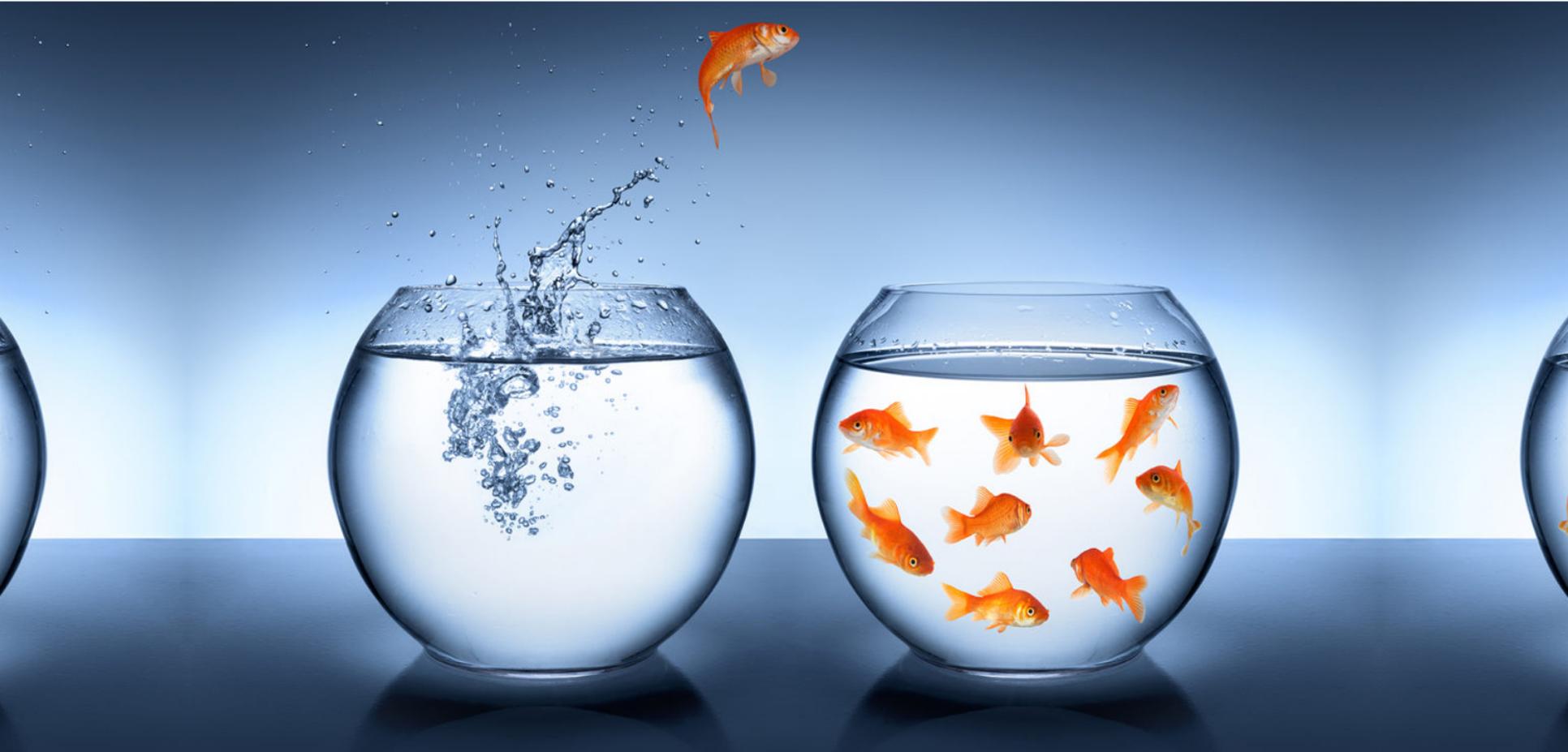
Was habe ich gut gemacht ?

Was kann ich anders machen ?

Wie war meine MNC-Technik ?

Was muss ich veranlassen ?

Nächstes Gespräch vorbereiten ! .



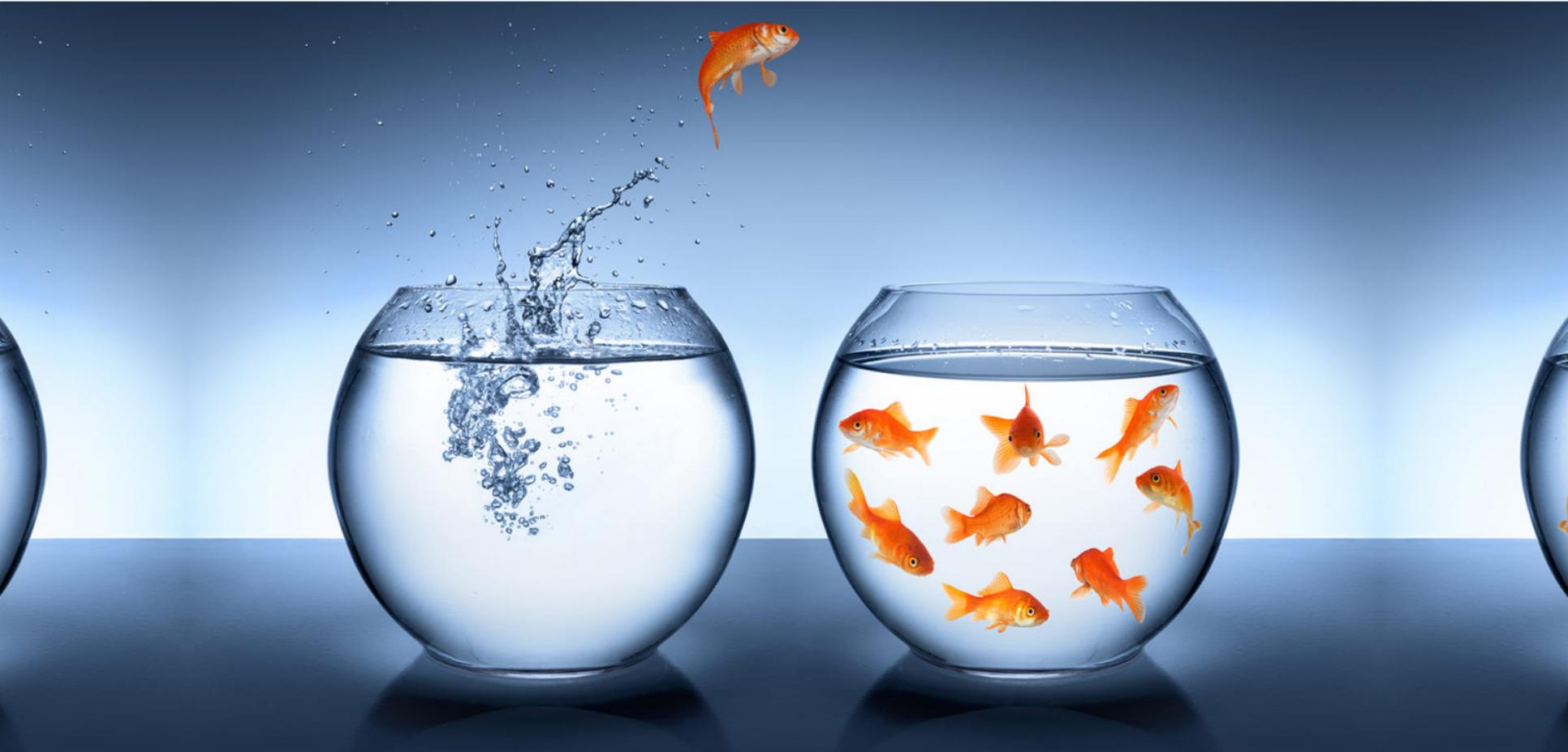
## Transferaufgaben

Welche Selbstlerneinheiten nehme ich mir vor ?

Vorhaben aus dem Skriptum ?

Transferpartnerschaft

Termine für Coaching-Calls .



## Vortrag zum Download:

[www.syncon-franchise.com/downloads\\_franchisenehmer-gewinnen](http://www.syncon-franchise.com/downloads_franchisenehmer-gewinnen)



**syncon-franchise.com**

