BILDEN

MEHR UND BESSER VERKAUFEN KANN TRAINIERT WERDEN

Auch langjähriges Verkaufs- und Beratungspersonal kann von einer Verkaufsschulung stark profitieren. Was lernt man denn da? Und wie geht eine solche Weiterbildung konkret vor sich?

Erfahrenes Personal steht jahrein, jahraus den ganzen Tag an der Verkaufsfront. Und nun soll ihm plötzlich in einer Schulung gezeigt werden, wie das geht? - Sich wieder einmal mit Grundfragen rund um die Verkaufssituation zu beschäftigen, sich wieder einmal bewusst zu machen, was es ausmacht, Kunden einladend zu begrüssen, ihnen ein unvergessliches Einkaufserlebnis zu schaffen und auch darauf zu achten, dass jeder das Geschäft zufrieden verlässt, kann aber eine erstaunliche neue Dynamik in den Berufsalltag bringen. Hier liegt ein Potenzial, das dem Geschäft zugute kommt und genauso dem Verkäufer oder der Verkäuferin, deren Selbstwertgefühl, aber auch «Marktwert» steigen. Und nicht zuletzt dient es dem Kunden, der sich besser beraten und bedient fühlt als bei der Konkurrenz, den die gute Stimmung vielleicht zu einem Zusatz- oder Anschlusskauf animiert und der seine positive Erfahrung im besten Fall weitererzählt: eine Win-win-win-Situation!

Um seinen Mitgliedern, Geschäftsführern und Personalverantwortlichen den Wert einer solchen Weiterbildung wieder einmal in Erinnerung zu rufen, hat der Verband Swiss Fashion Stores am letzten Kaderseminar eine Schulung verlost. Gewonnen hat das Woll-, Stoff- und Bastelgeschäft All in One in Brig. Die Verkaufstrainerin Gabriela Benz reiste daher dreimal für einen halben Tag ins Wallis, um direkt am «Ort des Geschehens» mit dem Personal zu arbeiten. Fastex war bei der zweiten Schulungseinheit dabei.

Wissen reicht nicht, das Tun entscheidet

Mit einer kurzen Rekapitulation des ersten Kursmorgens sind Geschäftsleiterin Patrizia Willa-Bortis und ihr Verkaufsteam wieder im Thema: Es ging um den ersten Eindruck, den man dem Kunden vermittelt und der für alles Weitere entscheidend ist. Um die Begrüssung, die Kundenansprache und den Kundenwunsch. Gabriela Benz will wissen, ob die Frauen das Gelernte in der Zwischenzeit anwenden konnten und welche Erfahrungen sie gemacht haben. Eine Mitarbeiterin berichtet, wie sie sich bei einer Kundin, die für ihre Tochter Stulpen



Die Verkaufsschulung von Gabriela Benz ist alles andere als dürre Theorie. Ihre Übungen und Beispiele sind konkret und aus dem Alltag gegriffen, wie hier der «innere Schweinehund».

stricken wollte, nach dem Alter des Kindes erkundigt habe, nach Lieblingsfarben und -materialien. «Das Gespräch muss etwas Persönliches haben», bestätigt die Kursleiterin. Auch ein Kompliment könnte helfen, regt sie an, etwa: «Was für eine schöne Idee!» Die Kundin fühlt sich wahrgenommen, angesprochen, bestätigt und wird den Kauf überzeugt tätigen.

Um solche Strategien nicht wieder zu vergessen, schlägt Gabriela Benz vor, gelungene Kundenansprachen und Kommunikationsbrücken zu notieren, sich auch im Team darüber auszutauschen. Natürlich gibt es auch Fehlschläge. «Alle erreicht man nie», bestätigt sie, «aber es bleibt trotzdem unser Ziel.»

Nur schauen? - Schauen Sie!

Kunden, die sich nur umschauen wollen, sollten – mit Gespür für den richtigen Moment – über ein Produkt angesprochen werden. Wenn sich eine Kundin eine Bluse anschaut, weist man beispielsweise darauf hin, wie viel Zeit sie damit sparen könnte. Mit einem knackigen «door-opener» ergibt sich ein Gespräch, bei dem dann «technischer» angefügt wird, dass es sich um ein besonders knitterarmes Gewebe handelt. «Diese Jacke gibt es auch in Rot.» – So



Eine Verkaufssituation simulieren und trainieren, um den Kunden im «Ernstfall» besser bedienen zu können: Die Geschäftsführerin von ALL IN ONE (re) und eine ihrer Mitarbeiterinnen im Rollenspiel.



könnte ein weiterer Gesprächseinstieg aussehen. Damit er gelingt, ist gute Warenkenntnis das A und O. Gabriela Benz rät, sich in ruhigen Zeiten besonders erwähnenswerte Eigenschaften auch einmal aufzuschreiben. In der Schulung wählt jede Teilnehmerin einen Artikel aus dem Sortiment und stellt ihn dann mit seinen speziellen Vorzügen vor.

Zusatzverkäufe, ein unterschätztes Potenzial

Ein weiterer wichtiger Punkt in dieser Unterrichtseinheit sind Zusatzverkäufe. Wenn bei jedem Kunden nur schon ein Zusatzverkauf von fünf Franken gelänge, ergäbe sich ein deutlich höherer Umsatz. Bei Wolle und Stoff bieten sich da besonders viele Möglichkeiten: Wer Wolle kauft, braucht die passenden Nadeln. Wer eine Mütze stricken will, braucht vielleicht eine Bommel aus Fell? Gabriela Benz rät, solche Zusatzartikel schon während des Entscheidungsprozesses dazuzulegen. Der Kunde wird so inspiriert, kann sich ein Gesamtbild machen. Bei einem Rock könnten dies passende Strümpfe oder ein Gürtel sein, auch ein geeignetes Pflegeprodukt für ein empfindliches Material wäre möglich.

Der innere Schweinehund

«Vor dem Verdienen kommt das Dienen», sagt die Verkaufstrainerin und nimmt ein merkwürdiges Plüschtier aus der Tasche: halb Hund, halb Schwein. «Das ist der innere Schweinehund. Den gilt es immer wieder zu überwinden, wenn man bei möglichst vielen Kunden zu einem positiven Ergebnis kommen will.» In einer Spielszene sieht das so aus: Eine Kundin fragt um Rat, wie sie

einen weissen Pullover von dunkleren Fusseln befreien könnte. «Mit einem Fusselrasierer!» Die Verkäuferin holt das genannte Produkt nicht nur. Sie nimmt es auch aus der Verpackung und demonstriert die Funktionsweise. Bei anderen Sortimenten könnte es darum gehen, einen Kombinationsartikel auch wirklich herauszusuchen oder die abnehmbare Kapuze auch wirklich abzunehmen.

Im Dezember in Brig: Im Innern wird die Kundenansprache perfektioniert, draussen macht diese Deko die Passanten neugierig.

Im Team von All in One hat der innere Schweinehund keinen Platz. Deutlich ist ein Elan zu spüren, ein gewisser Ehrgeiz, die neuen Ideen einfliessen zu lassen, neue Verhaltensweisen auszuprobieren und damit noch stärker als bisher auf die Kunden einzugehen.

SFS-Mitglieder: Jetzt die Gelegenheit nutzen!

In Zusammenarbeit mit der Verkaufstrainerin Gabriela Benz und ihrer Fir-

ma pasoforte.ch bietet der Verband Swiss Fashion Stores seinen Mitgliedern noch bis Ende August 2017 einen Rabatt von 20% auf eine Mitarbeiterschulung. Jede Weiterbildung wird individuell an die jeweiligen Bedürfnisse und das Geschäft angepasst. Lassen Sie sich von Gabriela Benz beraten und verlangen Sie eine Offerte unter: PASOFORTE, Telefon 079 484 69 39 oder benz@pasoforte.ch



Swigg Each

Swiss Fashion Stores Netzwerk Fachgeschäfte Mode

bilden. beraten. verbinden.

Herausgeber und Sekretariat Swiss Fashion Stores SFS c/o Geschäftsstelle der Gewerbeverbände St. Gallen Oberer Graben 12, 9001 St. Gallen Telefon 071 228 10 40 Telefax 071 228 10 41 sekretariat@gsgv.ch swiss-fashion-stores.ch Präsident Michel Imobersteg E-Mail mimobersteg@hotmail.com

Redaktion und Kommunikation Pia Schwab NZZ Fachmedien AG Telefon 078 956 45 53 E-Mail pia.schwab@nzz.ch Wir danken SwissCard AECS AG und ADUNO für die Unterstützung:

ADUNO

Unser Partner für Mastercard, Visa und Maestro



Unser Partner für AE Cards

fastex | Nr. 80 | 2/2017 fastex | Nr. 80 | 2/2017