

## Übung 1 (Lösung)

Aussagen zum Verkaufsgespräch	richtig	falsch
1. Die Kontaktaufnahme sollte möglichst warenbezogen durchgeführt werden.	<b>5</b>	7
2. Bei der Bedarfsermittlung spielen die Kaufmotive des Kunden keine Rolle; wichtiger ist, dass der Verkäufer so berät, dass der Kunde den teuersten Artikel kauft.	x3	<b>+5</b>
3. Bei der indirekten Bedarfsermittlung stellt der Verkäufer dem Kunden so lange Fragen, bis er weiß, was der Kunde möchte.	-8	<b>:2</b>
4. Die direkte Bedarfsermittlung ist besonders für Artikel geeignet, die nach Geschmack und Emotionalität ausgewählt werden, z. B. Parfüm oder Schmuck.	+10	<b>x3</b>
5. Durch die Formulierung eines Vertrauensauslösers stellt der Verkäufer sicher, dass er den Bedarf des Kunden richtig verstanden hat.	:4	<b>-2</b>
6. Bei der Warenvorlage sollten dem Kunden Artikel vorgelegt werden, die den Kaufmotiven des Kunden entsprechen.	<b>+7</b>	+5
7. Dem Kunden sollten möglichst viele Artikel vorgelegt werden, damit er einen umfassenden Überblick über das Sortiment erhält.	x2	<b>+8</b>
8. Bei der Argumentation sollte der Verkäufer möglichst viele Fachbegriffe verwenden ohne diese zu erklären. Dadurch merkt der Kunde, dass der Verkäufer sich auskennt.	-3	<b>:2</b>
9. Um beim Kunden einen Preisschock zu vermeiden, sollte der Preis zwischen zwei Produktvorteile „verpackt“ werden.	<b>+5</b>	x3
10. Unter einem Zusatzangebot versteht man einen Artikel, der die Nutzung eines anderen Artikels erst ermöglicht. Zusatzangebote sind funktionsnotwendig für den Hauptartikel.	+10	<b>+6</b>
11. Ergänzungsangebote sind für den Hauptartikel nicht funktionsnotwendig, aber sie sind werterhaltend bzw. wertsteigernd für den Hauptartikel.	:2	<b>-4</b>
12. Ergänzungs- und Zusatzangebote sollten dem Kunden angeboten werden, nachdem er sich zum Hauptkauf entschlossen hat, jedoch bevor er diesen bezahlt hat.	<b>-6</b>	+4
13. Bei der Anwendung der Bumerang-Methode verwandelt der Verkäufer einen Produktvorteil in einen Nachteil und räumt so einen Einwand aus.	x3	<b>+2</b>
14. Wenn der Kunde unschlüssig ist, für welchen Artikel er sich entscheiden soll, kann der Verkäufer durch die Verwendung einer Abschlusstechnik eine Entscheidungshilfe geben.	<b>+3</b>	:3
15. Nur die Kunden, die etwas gekauft haben, werden freundlich verabschiedet; sie sollen das Unternehmen in einer angenehmen Erinnerung behalten.	-5	<b>:10</b>
Ergebnis:	<b>2</b>	

## Übung 2 (Lösung)

Schülerabhängige Formulierungen, z. B.:

Aussagen zum Verkaufsgespräch	
2.	Bei der Bedarfsermittlung spielen die Kaufmotive des Kunden eine bedeutende Rolle; der Artikel und die Argumentation des Verkäufers müssen zum Kaufmotiv des Kunden passen.
3.	Bei der <u>direkten</u> Bedarfsermittlung ermittelt der Verkäufer den Bedarf des Kunden durch das Stellen von Fragen.
4.	Die <u>indirekte</u> Bedarfsermittlung ist besonders für Artikel geeignet, die nach Geschmack und Emotionalität ausgewählt werden, z. B. Parfüm oder Schmuck.  oder  Die direkte Bedarfsermittlung ist für Artikel geeignet, die mehr nach rationalen Gesichtspunkten gekauft werden, z. B. technische Artikel.
5.	Durch die Formulierung eines <u>Feedbacks</u> stellt der Verkäufer sicher, dass er den Bedarf des Kunden richtig verstanden hat.
7.	Dem Kunden sollten ca. <u>drei Artikel</u> vorgelegt werden. So hat er die Möglichkeit zum Vergleich und ist nicht mit dem Angebot überfordert.
8.	Bei der Argumentation sollte der Verkäufer Fachbegriffe <u>erklären</u> . Dadurch merkt der Kunde, dass der Verkäufer sich auskennt.
10.	Unter einem <u>Ergänzungsangebot</u> versteht man einen Artikel, der die Nutzung eines anderen Artikels erst ermöglicht. <u>Ergänzungsangebote</u> sind funktionsnotwendig für den Hauptartikel.
11.	<u>Zusatzangebote</u> sind für den Hauptartikel nicht funktionsnotwendig, aber sie sind werterhaltend bzw. wertsteigernd für den Hauptartikel.
13.	Bei der Anwendung der Bumerang-Methode verwandelt der Verkäufer einen (vermeintlichen) Produkt <u>nachteil</u> in einen Vorteil und räumt so den Einwand des Kunden aus.
15.	<u>Alle Kunden</u> , die etwas gekauft haben, werden freundlich verabschiedet; sie sollen das Unternehmen in einer angenehmen Erinnerung behalten.

## Übung 3 (Lösung)

Schülerabhängige Formulierungen.