

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“.

**D**ie 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

steht fest: Diese Branche hat viele engagierte Verkaufstalente, deren Lernprozess allerdings nie endet.

### Badtouristen ausfiltern

Viele erfolgreiche Bäderbauer haben den Beweis bereits geführt und beraten erstklassig, kompetent und erfolgreich. Verkaufen ist ein echter Traumjob. Dennoch brauchen auch Profis permanente Weiterentwicklung. Je erfolgreicher ein Bäderbauer sein Geschäft betreiben wird, desto mehr Kundenfrequenz beschwört er herauf. Die Folge: vermeintlich erfolgreiche Badverkäufer beraten sich „zu Tode“. Der Aufwand für eine Badberatung ist enorm. Badprofis sollten deshalb Strategien entwickeln und trainieren, um Badtouristen auszufiltern.

### Vom Auto- zum Badverkauf?

Kann ein guter Möbel-, Auto- oder Baumarktverkäufer problemlos auch Bäder verkaufen? Aus den unterschiedlichsten Verkaufsfeldern drängen Menschen in die umworbene Bäderbranche. Erfolgreiche Menschen sind nicht deshalb so erfolgreich, weil sie auf vielen Gebieten viel wissen, sondern ein Teilgebiet besser beherrschen als andere. Für Seiteneinsteiger gilt das ganz besonders. Seiteneinsteiger – vorausgesetzt sie verfügen über breites allgemeines Verkaufswissen – können sehr schnell „badfit“ gemacht werden. Es empfiehlt sich vor dem Start eine Praktikumszeit. Der neue Verkäufer braucht Stallgeruch. Es macht deshalb Sinn, ihn einige Wochen auf Baustellen, bzw. zur Badmontage mitzuschicken oder auch bestimmte Wellness-Einrichtungen (sei es im eigenen Badstudio oder bei entsprechenden Herstellern) intensiv live testen zu lassen.

Voraussetzung für einen reibungslosen Start in das neue Verkaufsfeld ist natürlich der Besuch von allen wichtigen Produktseminaren der Hersteller und badspezifischen Verkäufertrainings.

### Monteure als Badverkäufer?

Kann man aus einem Techniker oder Monteur einen guten Badverkäufer machen? Nur manchmal. Sehr oft ist das Vorhaben so unsinnig wie der Versuch eine Drehtüre zuzuschlagen. Viele Monteure oder Techniker bleiben ein

Leben lang in ihrer Technikwelt gefangen. Beim Badverkauf zählt aber immer mehr etwas anderes: der Interessent kauft Stimmung, Gefühle, Wohnwelten, Ambiente, Schönheit. Die Zukunft im Verkauf liegt deshalb im sogenannten Emotional Selling. Daraus zeichnet sich auch der Trend ab, dass immer mehr Handwerkerfrauen, die bisher die Buchhaltung und andere Organisationsaufgaben abwickelten, in den Badverkauf drängen. Und dort agieren sie besonders geschickt und erfolgreich. Dies gilt auch für den Wellness-Bereich, da Frauen meist mit der größeren emotionalen Intelligenz und weniger mit Fakten an die Einrichtung neuer Wellness-Bäder herangehen.

**W**er wird den Wettbewerb in der Bäderbranche gewinnen? Die folgende Geschichte gibt eine eindeutige Antwort. Zwei kanadische Holzfäller waren abends am Lagerfeuer eingeschlafen. Plötzlich hörten sie ein Knacken aus dem nahen Unterholz und sahen, wie ein Bär sich in raschem Lauf näherte. Da begann der eine von den beiden in Windeseile seine Laufschuhe zu schnüren. „Warum schnürst du deine Schuhe?“ jammerte der andere. „Wir haben ja doch keine Chance, dem Bären davonzulaufen.“ „Will ich doch gar nicht“, gab ihm dieser zur Antwort, „ich will nur schneller sein als du.“ – Diese kluge Geschichte steht für die Botschaft dieses Buches. Laufen Sie los! □

### Kursbuch Badverkauf/Wellness und Checklisten-CD

Das Kursbuch Badverkauf/Wellness (228 Seiten, August 2006, A5) von O. Kuball und W. Heimbach ist der „Verkäufer-Guide“ für alle, die professionell Bäder und Wellness-Komponenten verkaufen möchten. Es enthält viele wichtige Tipps, Strategien und Vorgehensweisen zum Verkauf schöner Bäder und lukrativer Wellness-Ideen im Bad. Anhand vieler Praxisbeispiele werden erfolgreiche Wege und Möglichkeiten aufgezeigt, die auch erfahrenen Profis noch Potenziale bieten.

(Hinweis: Das Buch ist eine erweiterte und vollkommen überarbeitete Ausgabe des Titels „Kursbuch Badverkauf“.)

- Kursbuch Badverkauf/Wellness
- Checklisten-CD „Bad + Wellness-Verkauf“ mit Präsentations-Charts und Kundenfragebögen
- Sparpaket: Kursbuch + Checklisten-CD

