

MIT SPASS UND LEICHTIGKEIT

Erfolgreich Verkaufen am Marktstand

Damit gelingt dir dein
Marktauftritt

Die ultimative
ANLEITUNG

NADJA HORLACHER

COPYRIGHT

Copyright ©2018 Nadja Horlacher

Überarbeitet 2022

www.erfolgreich-im-alltag.ch

Erfolgreich an einem Marktstand verkaufen

Immer wieder höre ich von meinen Kunden, dass sie nicht mehr gerne auf den Markt gehen. „Das ist mir zu kalt“, „Es kauft doch keiner etwas“, „Das bringt nichts“ sagen sie.

Wenn dem so ist, wie kommt es dann, dass all die Weihnachtsmärkte und diverse andere Märkte überleben können? Irgendwie muss irgendwer dort etwas kaufen. Würde niemand etwas kaufen, würde keiner der Händler seine Produkte verkaufen.

Gekauft und verkauft wird also immer. Viel interessanter ist die Frage: Warum wird nicht bei dir gekauft?

Ich möchte nicht, dass du mühselig an deinem Stand stehst, dir einen abfrierst und am Abend nach Hause gehst, ohne Umsatz gemacht zu haben. Dafür ist deine Zeit zu schade.

Du bietest ein tolles Produkt an, warum will es niemand haben?

Mit diesem Leitfaden möchte ich dir dabei helfen, (mehr) Umsatz an deinem Stand zu machen. Folgendes wirst du anschliessend umsetzen können:

- sicheres Auftreten
- mehr Umsatz
- mehr Kunden
- mehr verdienen

Dann lass uns los legen☺

Lektion 1 – du als Person. Wie wirken wir, wenn wir verkaufen?

Die Art und Weise wie du dich am Stand präsentierst, reflektiert auf dein Produkt. Dein Auftreten und deine Erscheinung sollten mit deinem Produkt harmonisieren.

Dein Stil:

- Die meisten Verkäufer nehmen häufig bereits automatisch einen Stil an, der zu ihrem Produkt passt. Dein Stil spiegelt deine Persönlichkeit, die du auch in deine Produkte einbringst.
- Ziehe an, was du auch selbst herstellst, zum Beispiel Schmuck, Strickwaren, Ringe etc. So kannst du jederzeit, wo auch immer du gerade bist, verkaufen, falls dich jemand fragt, woher du dieses oder jenes Teil hast.
- Wenn du Produkte verkaufst, die nicht angezogen werden können, achte darauf, dass sich die Farben von deiner Kleidung und deinen Produkten ähneln. Deine Kleider und die Produkte deiner Ausstellung sollten harmonisch zueinander passen. Wenn du Naturprodukte verkaufst, eignen sich Naturtöne, wenn du Produkte für Kinder verkaufst, eignet sich beispielsweise bunte Kleidung.

Tritt gepflegt auf: Mach das Beste aus dir. Das bedeutet nicht, dass du overdressed oder überstylt sein musst. Ein schlichtes Make-up, gepflegte Haare, kein Mundgeruch, schöne Hände und Nägel, saubere Schuhe bilden die Basis für einen überzeugenden Auftritt.

Deine Einstellung: Freue dich auf den Markt, erscheine mit einer positiven Ausstrahlung. Lass deine schlechte Laune zu Hause. Wenn du mürrisch auf den Markt kommst, weil vielleicht das Wetter nicht passt oder du gedanklich anderweitig abschweifst, wirkst du negativ. Streife derartige Emotionen ab, sie bringen dir keine Kunden. Stehe aufrecht, lächle und schaue positiv gestimmt in die Welt hinaus.

Übe dich darin, in wenigen Sekunden positive Gedanken zu erzeugen. Vielleicht verabredest du dich bereits vor dem Marktbesuch mit deinem Liebsten dafür, dass ihr nach dem Markt gemeinsam am Rhein spazieren geht, in einem Café einen Latte Macchiato trinkt oder Ähnliches. Auf dem Markt wirst du immer wieder daran denken, dich freuen und positiv eingestellt sein.

Beobachte andere Markttreiber. Was gefällt dir an ihnen besonders gut? Was macht die Person anders als du?

Kopiere positive Dinge. Behalte im Hinterkopf: An deinem Stand soll der Kunde sich wohlfühlen.

To do:

1. Prüfe dein Outfit, wähle ein passendes.
2. Ergänze dein Outfit mit kleinen Details.
3. Erstelle dir eine Erinnerung für gute Gedanken.
4. Kopiere das Positive von den Anderen.

Lektion 2 – deine Persönlichkeit

Es gibt nichts Besseres als du selbst zu sein. Es bringt dir nichts, wenn du so sein möchtest wie der Marktstandbetreiber neben dir. Die beste Verkaufsperson ist freundlich aufgestellt und zuvorkommend, sie besitzt eine Persönlichkeit, mit der sie überzeugt. So lange du mit Leidenschaft am Stand stehst, hast du schon fast gewonnen.

Wenn du deine Stärken nicht einschätzen kannst, frage in deiner Familie oder bei deinen Freunden nach, welche Eigenschaften sie an dir schätzen und bewundern.

Wenn du anschliessend weisst, wo deine Stärken liegen, baue auf ihnen auf. Kannst du beispielsweise gut mit Kindern umgehen, biete am Stand etwas Zusätzliches für die Kinder an. Auf diese Weise verkaufst du über die Kinder an die Eltern.

Plane deine Stärken. Sei unbesorgt, wenn du ein scheuer Mensch bist – du brauchst kein Marktschreier zu werden. Du ziehst automatisch die Leute an, die sich gerne bei schüchternen Menschen aufhalten. Die Menschen kaufen bei dir, weil sie mögen, was du machst und wer du bist. Du kannst und musst nicht jedem gefallen. Lächle dennoch so oft es geht. Ein freundliches Gesicht verkauft einfach besser.

Warum gehen die Leute auf den Markt? Sie haben dort die Möglichkeit, den Inhaber oder Hersteller persönlich kennenzulernen. Sie sehen, wer hinter den Produkten steht. Verstell dich also nicht, sei du selbst. Wenn du deine Produkte gut kennst, trittst du selbstsicher auf, auch wenn du im Grunde schüchtern bist. Du kennst dich aus und das kommt beim Kunden gut an.

Sei ehrlich. Wenn du auf eine Frage keine Antwort hast, sag es. Entschuldige dich formal bei deinem Kunden und biete ihm an, die Antwort auf seine Frage für ihn herauszufinden. Lass dir seine Kontaktdaten geben, sodass du dich anschliessend zurückmelden kannst.

So kannst du später auf deinen potenziellen Kunden zurückgreifen und mit ihm Kontakt aufnehmen. Ihr lernt euch kennen und im besten Fall entsteht eine zufriedenstellende Geschäftsbeziehung. Verkäufe basieren oftmals auf Beziehungen.

Lektion 3 – deine Marke

Wenn du auf dem Markt stehst, präsentierst du deine Marke. Du präsentierst dich, egal ob du willst oder nicht. Wir können nicht NICHT präsentieren.

Folgende Fragen solltest du deinen Kunden beantworten können:

- Was ist deine Mission, warum bist du am Markt?
- Welche Produkte oder Dienstleistungen verkaufst du?
- Wer ist der Inhaber oder Vertreter?
- Warum hast du deinen Geschäftsnamen gewählt?
- Was bedeutet dein Logo?

Erkläre und beantworte die Fragen deiner potenziellen Kunden klar und verständlich, wenn dich ein Besucher etwas Bestimmtes fragt.

Lege deine Visitenkarten und Informationen aus. Idealerweise kann man sie einfach mitnehmen. Es sollte genügend Informationsmaterial bereitliegen. Wenn du auf Social-Media-Kanälen unterwegs bist, druck dir die Icons von Instagram, Facebook, Pinterest und Co. aus und hänge sie auf. So wissen die Kunden, wo sie dich finden können.

Empfehlenswert ist zudem, ein Namensschild zu tragen. Das hört sich vielleicht etwas spiessig an, aber die meisten Kunden mögen es, wenn sie den Namen des Verkäufers sehen und wissen, mit wem sie gerade reden.

Lektion 4 – dein Zielpublikum

Auch auf einem Markt solltest du wissen, wer deine potenziellen Kunden sind. Es sind nicht einfach alle Menschen, die dort herumlaufen. Diese Herangehensweise wird nicht funktionieren, auf diese Weise verbrennst du zu viel Zeit mit Menschen, die nicht kaufen werden und kehrst am Abend frustriert nach Hause zurück.

Wer sind deine Kunden? Wenn du nicht weisst, wer dein potenzieller Kunde ist, wie willst du dann wissen, wie du ihn ansprechen sollst?

Welche Kunden ziehst du an? Welche Kunden hattest du bis anhin? Beantworte dir folgende Fragen:

- Wie alt sind deine Kunden durchschnittlich?
- Hast du mehr Frauen oder Männer in deiner Kundschaft?
- Was tragen deine Kunden?
- Treten sie speziell auf, zum Beispiel trendy, sehr natürlich, besonders bunt etc.?

Schreibe dir deine Wunschkunden auf. Nicht jeder Mensch ist dein potenzieller Kunde. Frag dich selbst, mit wem du dich am wohlsten fühlst. Konzentriere dich auf diesen Personenkreis.

- Eine kleine Übung, um das Verkaufen besser zu verstehen:

Überlege dir:

Was hast du kürzlich gekauft?

Warum hast du es gekauft?

Schreibe dir 3 Dinge auf, die du kürzlich gekauft hast. (Keine Dinge, die du für den Haushalt brauchst und keine Lebensmittel.)

Nun überlege dir, warum du jedes Einzelne gekauft hast?

Warum ist es dir aufgefallen?

Wo oder wie hast du es gesehen?

Wie hast du gewählt und festgestellt, dass du dieses oder jenes Produkt haben möchtest?

Wie war der Kundenservice?

Wenn du dir all das bewusst machst, verstehst du viel besser, wie das Ganze funktioniert. Hinterfrage stets, warum du diesen oder jenen Artikel gekauft hast. Aus ähnlichen Gründen kaufen auch deine zukünftigen Kunden.

Definiere deine Zielgruppe, die falschen Kunden bringen dir nichts.

Lektion 5 – vor dem Markt

Wie du dich richtig für den Markt anmeldest, was du für den Stand benötigst etc., soll an dieser Stelle kein Thema sein. Das weisst du entweder bereits oder kannst dir die Informationen leicht besorgen. Alternativ kannst du dich selbstverständlich bei mir melden, ich helfe dir gern weiter.

In diesem Abschnitt soll es vielmehr darum gehen, wie du erfolgreich am Marktstand verkaufst. Dazu gehören Werbung und Kunden. Auch diese Arbeit beginnt bereits vor dem eigentlichen Marktbesuch und genau das schauen wir uns jetzt an.

Kundenliste

Wenn du dir noch keine Kundenliste angefertigt hast, sollte das der nächste Schritt sein. Erfasse darauf so viel wie möglich, du willst schliesslich deine Kunden kennen.

Nimm deine Kundenliste, inklusive Interessenten, Freundesliste etc. zur Hand und informiere deine Kunden darüber, dass du demnächst beim Markt dabei bist. Lade sie ein, an deinem Stand vorbeizukommen.

Angebot

Überlege dir, ob du deinen Kunden etwas anbieten möchtest, zum Beispiel einen Tee oder Kaffee, Kekse, deine neuesten Kreationen usw.

Werbung

Die Zeit vor dem Markt nutzt du aktiv, um jedem Menschen, den du triffst, mitzuteilen, dass du an Tag X am Markt bist. Zelebriere das immer und immer wieder.

Bei den Briefen und im Mailabsender richtest du dir ein PS ein, mit der Info, dass du an diesem Markt teilnimmst und warum es sich lohnt vorbeizukommen.

Aktion

Welche Aktion könntest du am Markt durchführen? Hier eignen sich kleine Wettbewerbe, Schätzfragen, Umfragen, Präsentationen etc.

Wie wäre es mit einem Eyecatcher oder Stopper?

Ein solcher Eyecatcher muss nicht zwangsläufig etwas mit deinem Produkt zu tun haben. Es sollte etwas richtig Auffallendes sein, damit die Leute kurz stehenbleiben und es sich anschauen. Auf diese Weise kommst du einfach ins Gespräch und das Gespräch muss sich nicht gleich um deine Produkte drehen. Hier liegt der Fokus darauf, dass ein Smalltalk beginnt und ihr euch beschnuppern könnt. Zudem ist so auch immer etwas los an deinem Stand – das zieht neue Leute an.

Für den Eyecatcher oder Stopper eignet sich zum Beispiel ein alter Leuchtkasten oder Spielautomat, eine alte Nähmaschine, selbstgemachte Bastelei, ein Schaukelpferd, eine Modepuppe oder riesige Flasche, ein besonderes Bild, etwas Gedrechseltes oder sonstiges Handwerk. Auch ein Modellauto oder Puppenhaus, eine Krippe oder alte Barbie, spezielle Pflanzen, Stühle oder Fahrräder, ein riesengrosses Plüschtier, aber auch Vorher-Nachher-Bilder, speziell dekorierte Mofas, Fahrräder oder Leiterwagen können dazu dienen. Die Liste lässt sich beliebig fortsetzen ...

44 Vorteile

Erstelle dir ein Blatt mit 44 Vorteilen, die der Kunde hat, wenn er bei dir kauft.

Warum soll man bei dir kaufen und welchen Nutzen bringst du dem Kunden?

Dein Verkaufsziel

Definiere vorher, was dein Ziel ist. Schreibe dieses Ziel auf, beispielsweise: „Ich verkaufe heute 10 Mützen, 10 Handcremes ...“ Das Verkaufen fällt dir leichter, wenn du weisst, wie viel du verkaufen musst, um deinen Umsatz zu erreichen.

Rechne aus, wie viel Umsatz und Gewinn du mindestens machen musst, um deine Kosten zu decken.

Danach schreibst du dir dein Wunschziel auf.

Meistens ist es einfacher, wenn du kein zu grosses Sortiment mit auf den Markt nimmst. Konzentriere dich auf ein bis zwei Produkte, welche du an den Mann oder die Frau bringen möchtest.

Schon mit dem Beispiel der Handcreme kannst du dir eine Seite mit dem Nutzen für den Kunden aufschreiben, Begrüssungssätze vorbereiten und Aktionen erstellen.

Schreibe dir auf: „→Ich verkaufe heute 20 Handcremes!“, oder „Ich verkaufe heute 20 Kerzen ... 5
Massagetermine ...!“

Lektion 6 – Marktpräsentation

- Suche dir, passend zu deiner Zielgruppe an diesem Markt, die 10 besten Produkte aus.
- Der Hintergrund sollte einfarbig und farblich neutral gehalten sein. Hier eignet sich bspw. eine Tischdecke, die farblich gut passt. Verwende keine Muster und Ähnliches, das lenkt den Blick unnötig ab.
- Unter dem Tisch solltest du weitere Produkte zur Hand haben, für den Fall, dass ein Kunde eine andere Grösse, Farbe etc. wünscht.
- Nimm zusätzliche Klemmleuchten als Beleuchtung mit. Licht lockt Leute an.
- Arbeite dreidimensional.

Nimm ein kleines Regal mit, das du auf den Tisch stellen kannst, oder ein Brett, ein paar Bücher, einen Backstein, stelle das Regal hochkant hin und montiere das Brett darüber. Hänge eine Leine auf, staple Kisten.

- Hänge dein Logo, deine Beschriftung etc. auf.
- Produkte oder Dienstleistungsbeschreibungen sind mit Preisen zu versehen.
- Deine Präsentation sollte insgesamt stimmig sein.
- Passt ein Blumenstrauss als Deko zu deinen Produkten?
- Lege Visitenkarten offen auf dem Tisch aus.
- Definiere vorher den Platz für jedes Produkt.
So bist du schnell beim Aufbau und weisst, wie alles angemessen zusammen wirkt. Richte zu diesem Zweck zu Hause einen Probetisch her.
- Nimm geeignete, verschliessbare Kunststoffbehälter mit, um zusätzliche Produkte unter deinem Tisch zu lagern, falls es regnet.
- Hänge die 44 Vorteile für dich auf.

Lektion 7 – erstelle deinen ersten Satz

Du stehst an deinem Stand und dein erster Interessent kommt auf dich zu. Ich sehe es bildlich vor mir, wie du nervös wirst und vielleicht sogar wegschaust, nicht weisst, was du sagen sollst.

So sollte das Ganze nicht ablaufen. Deshalb bereiten wir uns vor.

Für diese Situation brauchst du ein paar Einstiegssätze, die wir im Folgenden zusammenstellen.

Überlege dir, was dir jeweils an deinen Kunden auffällt.

Tragen sie häufig speziellen Schmuck oder Basteleien?

Solche Punkte eignen sich, um das eigene Auge zu schulen. Achte zukünftig auf diese Aspekte und begrüsse deine Kunden mit einem Kompliment. Es sollte natürlich aufrichtig gemeint sein. Als Kompliment eignen sich auch die Frisur oder ein schöner Mantel.

Ebenso können die folgenden einfachen Fragen hilfreich sein:

„Mögen Sie Märkte auch so sehr?“

„Welchen anderen Markt können Sie mir empfehlen?“

„Suchen Sie etwas Bestimmtes?“

„Was gefällt Ihnen an einem/diesem Markt?“

Wenn du einen „Stopper“ einsetzt, kannst du auch diesen nutzen, um ins Gespräch zu kommen.

Wenn ein Interessent zu dir an den Stand kommt, kannst du Infos über deine Produkte nutzen, um ein Gespräch anzukurbeln:

„Diese Handschuhe sind aus echter Nepaler Wolle hergestellt, wissen Sie, warum das etwas Besonderes ist?“

„Diese Pflegecreme basiert auf kalt gepresstem Kokosöl, kennen Sie Kokosöl?“

„Was mögen Sie lieber, ein Shampoo in flüssiger Form oder als Haarwaschseife?“

Übe dich in solchen Einstiegsgesprächen, probiere zu Hause einige Phrasen aus. Welche Floskeln liegen dir, mit welchen fühlst du dich wohl?

Starte keine aggressive Verkaufsattacke, die Begrüssung kann nach ein paar Sekunden erfolgen, wenn dein Kunde sich umgesehen, vielleicht Blickkontakt aufgenommen hat.

Auf die folgende oder eine ähnliche Weise komme ich häufig mit meinen Kunden ins Gespräch:

„Hallo, ich bin die Nadja! Ich wohne in Gordola und stricke mit Leidenschaft Mützen, stricken Sie auch?“ Solche Sätze sind kurz, prägnant, überfordern deinen Kunden nicht und stellen eine Beziehung her.

Wenn der Besucher etwas Bestimmtes anschaut, eignet sich der Moment, um ihm ein wenig über das jeweilige Produkt zu erzählen und ihn anschliessend zu fragen: „Wie würden Sie das einsetzen?“

Betrachtet oder greift dein Besucher zu einem ausgelegten Prospekt, kannst du ihn fragen, was ihn daran besonders interessiert, welche Farben ihm gefallen etc.

Auch die Frage, aus welcher Branche er kommt, kann einen Einstieg für ein Gespräch darstellen.

Höre deinen potenziellen Kunden immer gut zu, konzentriere dich auf dein Gegenüber und blocke jede andere Ablenkung. Auf diese Weise wirkst du interessiert, höflich und kompetent.

➤ Schreibe dir jetzt 5 bis 10 Einstiegssätze auf.

Lektion 8 – erstelle dir einen Fragenkatalog

Du kannst deine Kunden nur kennenlernen, wenn du ihnen Fragen stellst. Bereite dich konkret darauf vor. Folgende Fragen sind denkbar:

- Welches Deo nutzen Sie? Hat das einen speziellen Grund?
- Welche Blumen bevorzugen Sie für ein Wintergesteck?
- Was können Sie aus Ihrer Erfahrung empfehlen?
- Welche Erfahrungen haben Sie mit Seife gemacht?
- Welches Shampoo nutzen Sie?
- Lesen Sie regelmässig? Welches Buch empfehlen Sie mir?
- Welche Haustiere haben Sie?
- Was ist Ihnen in puncto Essen/Lebensmitteln wichtig?

Schreibe dir die passenden Fragen zu deinen Produkten auf. So bist du vorbereitet und weisst immer spontan, was du sagen kannst.

Nimm diese Fragen mit an den Stand, lies sie dir immer wieder kurz durch.

Frage nicht vorher um Erlaubnis, ob du etwas fragen darfst.

Am besten stellst du immer offene Fragen, sodass dein Interessent mehr als „ja“ oder „nein“ antworten kann.

Finde heraus, warum der Besucher auf dem Markt ist. Will er nur Leute treffen oder Weihnachtsgeschenke finden? Für wen will er einkaufen? Oder sucht er etwas Gutes für sich selbst?

Lektion 9 – dein Verhalten am Stand

Hier erhältst du eine kurze Zusammenfassung, wie du dich zur Begrüssung an deinem Stand präsentieren solltest:

- Stehe am Stand.
Sitzten und abwesend ein Buch zu lesen oder zu stricken, wirkt passiv und desinteressiert. Wenn du Probleme mit dem langen Stehen hast, nutze einen Barhocker anstatt einen tiefen Stuhl. So sitzt du auf Augenhöhe und verschwindest nicht aus dem Blickfeld deines Kunden. Auch in dem Fall gilt: Wenn du dich mit einer Person unterhältst, solltest du aufrecht stehen und sie anschauen.
- Viele Aussteller wissen nicht wohin mit ihren Händen.
Die Hände gehören nicht in die Hosentaschen, auch sollten die Arme nicht verschränkt sein. Nimm am besten einen Stapel Visitenkarten oder Flyer in die Hand. Spiele nicht damit herum, sondern halte sie fest in der Hand. Auf diese Weise fühlst du dich nicht unbeholfen.
- Schaue der Person in die Augen.
Achte jedoch darauf, sie nicht anzustarren. Unterbrich den Augenkontakt kurz, um ihn dann wieder aufzunehmen.
- Begrüsse umgehend einen Interessenten, wenn er sich deinem Stand nähert.
Du bist die erste Person die grüsst, nicht der Besucher.
- Sei präsent.
Sieh nicht weg, wenn der Kunde eine Frage stellen möchte. Gib ihm ein Zeichen, dass du ihn gesehen hast, wenn du gerade in einem Gespräch bist.
- Stelle dich auf den Kunden ein, behandle ihn so, wie er es möchte.
- Nimm eine positive Körperhaltung ein:
Steh gerade, verschränke nicht die Arme, lächle, freu dich, erschaffe eine warmherzige Atmosphäre.
- Lies kein Buch und beschäftige dich nicht mit etwas Anderem.
- Leg dein Telefon zur Seite. Spiel nicht damit herum.

- Nimm keine Anrufe entgegen.
- Unterhalte dich nicht dauernd mit deinem Standnachbarn.
- Frage den Besucher nicht „Kann ich Ihnen helfen?“, sondern nutze deinen Einstiegssatz.

Sei wachsam an deinem Stand. Beobachte die Besucher, grüsse sie und suche Augenkontakt.

Diese kleinen Dinge bewirken viel Grosses. Dein Besucher fühlt sich wichtig, du schenkst ihm deine gesamte Aufmerksamkeit. Du bist 100 Prozent präsent und für ihn da. Du lässt dich nicht ablenken. Du sorgst dafür, dass sich dein Kunde wohlfühlt.

Lass dich jedoch nicht von einem Kunden „einlullen“. Ein Kundengespräch sollte sich nicht um die Kinderfotos des Standbesuchers oder seine letzte Party drehen. Teile ihm freundlich mit, dass solche Plaudereien gerade nicht möglich sind, weil du arbeitest.

Gib keine Antworten vor, beispielsweise indem du fragst: „Was tragen Sie lieber, rot oder blau?“ Frage stattdessen: „Welche Farbe bevorzugen Sie?“

Das Wichtigste sind aufmerksames Zuhören und Blickkontakt.

Achte darauf, dass deine Fragen nicht zu einem Verhör werden, sondern ein Dialog entsteht, ein Miteinander.

Auch Bestätigungen eignen sich, um deinem Besucher ein gutes Gefühl zu vermitteln. An passender Stelle kannst du Ergänzungen wie „Oh ja, das verstehe ich!“ einstreuen.

Biete deine Visitenkarten an.

Wenn du das erste Mal auf einen Markt gehst, bestelle dir vorher Visitenkarten bei einer Druckerei in deinem Wohnort oder online, beispielsweise bei Vistaprint. Für ein paar Franken oder Euro hast du einen grossen Stapel zur Hand.

Die müssen auch nicht besonders ausgestattet sein. Dein Name, der Name deines Unternehmens und was du machst, sollten gross darauf zu lesen sein. Deine Telefonnummer oder Adresse, je nachdem wie es dir am besten gefällt und wie dein Kunde Kontakt zu dir aufnehmen soll, dürfen ebenfalls nicht

fehlen. Bring die Visitenkarten früh ins Spiel. Falls dein Besucher auch eine Karte hat, sammle sie ein, du wirst sie wenig später brauchen.

Nutze zwei bis drei Sätze für einen Dialog, spätestens dann folgt deine Begrüssung: „Oh, ich habe mich noch gar nicht vorgestellt. Ich bin die Nadja Horlacher, ich bin für diese Strickmützen verantwortlich.“

Wenn du eine Visitenkarte erhältst, schaue sie dir genau an.

Lies den Namen laut vor, probiere ihn sofort abzuspeichern. Erwähne den Namen in den nächsten Minuten so oft es geht, mithilfe dieser Wiederholung wird der Name dir leichter im Gedächtnis bleiben, zudem wird er mit der Situation verknüpft. Es ist wichtig, dass du später weisst, wie diese Person heisst, damit du sie bei einem erneuten Kontakt mit ihrem Namen ansprechen kannst.

Mach dir Notizen, wenn dir ein Besucher etwas erzählt, was du nicht vergessen möchtest.

Wenn du mit Stammkunden am Stand sprichst und ein Neukunde sich dazu gesellt, drücke den Stammkunden einen Flyer in die Hand und beende das Gespräch auf galante Weise: „Hey, kommt später um 17.00 Uhr zur After-Work-Party ins Apero!“ oder „Am 20.12. kannst du zu mir ins Studio kommen, wir machen eine Salon-Party!“

Lektion 10 – Produktkenntnisse

Wenn du etwas verkaufst, was du selbst hergestellt hast, wirst du dein Produkt in- und auswendig kennen. Nutze dein Wissen, um dies deinem Besucher mit Begeisterung weiterzugeben.

Wie nützt dein Produkt deinem Besucher?

Visualisieren wir uns folgende Ausgangssituation: Du hast einen Besucher, der sich für deine Produkte interessiert. Super! Jetzt musst du ihm rüberbringen, warum er gerade jetzt dein Produkt kaufen soll.

Hier kommen wir als Erstes zu der Frage: Wer braucht dein Produkt?

Schau dir deine Zielgruppe an. Überlege dir, welches Produkt perfekt zu dieser Zielgruppe passt. Erwähne dies als Nutzen für deinen Besucher.

Wenn deine Kundschaft (= deine Zielgruppe) aus Personen besteht, die Natur und Tiere achten, die mit Vorliebe Bio-Lebensmittel einkaufen und nicht mit einem Plastiksack herumlaufen, kannst du erwähnen, dass dein Schmuck aus recycelten Aluminiumdosen hergestellt wird oder deine Socken aus übrig gebliebenen Wollresten gestrickt werden. Zeige deinen potenziellen Kunden die Produkte auf, die zu ihren Interessen passen.

Einem trendigen Kunden sind solche Aspekte vermutlich weniger wichtig. Er will die neueste Farbe, Produkte, die frisch aus Seattle importiert wurden, oder Ähnliches.

Dein Produkt muss zum Kunden passen und umgekehrt.

Erzähle deinem Besucher, wie dein Produkt entstanden ist und warum du dich für dieses Produkt entschieden hast, warum du es bewirbst.

Hier kann deine persönliche Geschichte ins Spiel kommen oder die Geschichte des Produkte-Herstellers, eines Familienmitglieds etc.

Nutze und trage selbst deine Produkte. Ehrlichkeit zahlt sich aus. Du kannst nicht überzeugend von einer Handcreme schwärmen, die du selbst gar nicht verwendest.

Wenn du von einem Produkt nicht ganz überzeugt bist, nutze ein anderes Produkt zum Verkaufen, eines, hinter dem du stehen kannst.

Nun fragst du deinen Kunden, wie er das Produkt einsetzen würde. Du hast ein wenig davon erzählt, jetzt ist er an der Reihe. Warum interessiert er sich dafür?

Viele Menschen kaufen, weil sie sich verbunden fühlen. Wenn der Preis teurer ist, ist das in dem Fall nicht massgebend. Der Kunde muss ein gutes Gefühl haben, dann möchte er bei *dir* etwas kaufen.

Diesen Prozess kennst du vielleicht aus eigener Erfahrung. Jemand hat dich herzlich behandelt und du wolltest etwas zurückgeben, indem du dann etwas gekauft hast. Oder du kaufst etwas, weil du damit eine positive Erinnerung verbindest. Etwas zu kaufen beinhaltet einen grossen emotionalen Effekt.

Nutze Verben. Schreibe dir beim Vorbereiten schöne und passende Wörter heraus. „Das ist ein schöner Stoff“ klingt salopp, probiere lieber detailliertere, positive Worte zu finden, um dein Produkt zu beschreiben. Schreib dir auf: Warum sollte ich mein Produkt kaufen?

- Notiere dir zwei Fakten und zwei Vorteile von jedem deiner Produkte.

Lektion 11 – deine Geschichte zum Produkt

Menschen, die nach Handwerk suchen, wollen meistens nicht einfach nur ein Produkt kaufen. Sie wollen auch wissen, wer dahintersteht.

Die Geschichte, wie du zu diesem Produkt gekommen bist, wirst du immer wieder erzählen dürfen, auch erzählen müssen.

Du erzählst natürlich nicht deine gesamte Lebensgeschichte, sondern nur die Geschichte, die mit deinem Produkt zu tun hat.

Wie bist du darauf gekommen?

Gab deine Familie oder ein Freund den Anstoss?

Bist du mit einem ähnlichen Produkt aufgewachsen und erinnerst dich gern an diese Zeit?

Warst du vielleicht einige Zeit im Ausland und hast dort den Grundstein für dein Produkt gelegt, weil du spürtest, dass das eine Leidenschaft von dir werden könnte?

Liebe was du tust.

Erzähle deinem Besucher, wie sehr du deine Tätigkeit und deine Produkte magst. Menschen kaufen gern etwas, das mit Liebe hergestellt wurde.

Schreibe dir auf, warum du liebst, was du machst.

Lektion 12 – Kaufsignale

Wenn dich der Besucher fragt, ob es ein Produkt auch in einer anderen Farbe gibt, ist das ein eindeutiges Kaufsignal.

Sobald Gegenfragen kommen, ist der Kunde interessiert. Auch wenn er nach den Lieferfristen fragt, wenn du das Produkt beispielsweise nur auf Bestellung fertigst, oder danach, welche Zahlungsmöglichkeiten es gibt oder ob du weitere Produkte am Lager hast, kannst du von einem Kaufinteresse ausgehen.

Jetzt heisst es gut zuhören.

Dein Kunde möchte nun nicht mehr beraten werden. Erzähle daher keine weiteren Fakten oder Beispiele, jetzt geht es um den Abschluss. Dein Kunde möchte jetzt kaufen. Wenn du in dieser Situation zu viel erzählst, machst du den Kunden unsicher oder langweilst ihn. Er möchte das Produkt jetzt haben, also verkauf es ihm.

Wenn dein Kunde signalisiert, dass er sich zunächst nur umsehen möchte, erwidere freundlich: „Gern, schauen Sie sich nur um, bei Fragen sprechen Sie mich einfach an. Zur Orientierung: Hier links finden Sie handgemachte Sachen, rechts wurden Kundenwünsche umgesetzt.“

Meistens beginnen die Kunden dann das Gespräch. Ihr müsst zuerst ein wenig warm miteinander werden. Auf diese Weise hat der Kunde mehr Vertrauen zu dir. 50 Prozent der Kunden beginnen von selbst mit dem Gespräch. Auch diese Situation solltest du ein wenig üben, damit du sicher bist.

Darüber hinaus gibt es aber auch Einwände. Diese solltest du identifizieren und darauf reagieren können.

Folgende Beispiele stellen einen Einwand dar:

- Das brauche ich nicht, ich habe keinen Bedarf.
- So etwas habe ich schon.
- Ich habe kein Geld dafür. Das Budget ist schon gemacht.
- Damit habe ich schlechte Erfahrungen gemacht.
- Das ist mir zu teuer.

Einwände sind konkrete Fragen, die der Kunde geklärt haben möchte. Er ist zurzeit noch dagegen, ein bestimmtes Produkt zu kaufen – finde heraus weshalb. Sei dir bewusst, dass es normal ist, wenn du mit solchen Kunden und Aussagen konfrontiert wirst. Mach dich vorher damit vertraut.

Einwände:

Notiere dir fünf Einwände, die von deinen Kunden kommen könnten.

Lerne zudem, zwischen Vorwand und Einwand zu unterscheiden.

Vorwände:

Vorwände sind „Schutzbehauptungen“ (= Ausreden). Das sind Ausflüchte, weil der Kunde den wahren Grund für die Ablehnung des Produktes nicht sagen möchte. Ein Vorwand ist schwieriger zu behandeln, da sich der Kunde jetzt (noch) nicht öffnen möchte.

Höre dem Kunden zu, bestätige seine Aussage.

Wenn der Kunde sagt, dies oder jenes sei zu teuer, ist das in seinen Augen tatsächlich so. In dem Fall solltest du nicht einfach und plump kontern und entgegnen, dass das nicht stimmt. Für ihn ist es zu teuer, weil er zu wenig Nutzen darin sieht.

Notiere dir fünf Vorwände, die von deinen Kunden kommen könnten.

Lektion 13 – Upselling

Viele Verkäufer fühlen sich schlecht dabei, dem Kunden noch ein weiteres Produkt anzubieten. Oftmals schätzt der Kunde das jedoch sehr.

Du verkaufst Pullover? Warum nicht auch den passenden Schal dazu?

Du verkaufst Handcreme, warum nicht die passende Seife, die ausserdem die Haut nicht austrocknet?

Zeige dem Kunden immer, welche Produkte zusätzlich zu seiner Auswahl passen würden.

Du kennst dich perfekt mit deinen Produkten aus, der Kunde nicht und er sieht auch nicht alles.

Viele Kunden wissen es zu schätzen, wenn sie richtig gut beraten werden: „Dieser Kalender ist leicht und handlich, um ihn mitzunehmen. Im Gegensatz dazu eignet sich diese Agenda perfekt für zu Hause. Sie ist solider, schwerer und edler verarbeitet.“

Bedenke, dass auch Alternativfragen in der Regel gut wirken.

Gib dem Kunden eine Auswahl anstelle von einer geschlossenen Frage.

Vermeide allgemeine Fragen wie: „Möchten Sie noch etwas?“ Häufig lautet die Antwort darauf „→nein“.

Nutze detaillierte Nachfragen wie zum Beispiel: „Möchten Sie noch eine Karte für Ihre Schwester oder eine Creme für Ihre Mutter mitnehmen?“

Frage nicht, ob dein Kunde noch etwas möchte, sondern was er möchte.

Wie wäre es zudem, wenn du dem Kunden ein Sparangebot unterbreiten würdest: „Im Doppelpack sparen Sie CHF 2.-.“ oder „Wenn Sie noch die Seife dazu nehmen, sparen Sie CHF 2.-.“

Notiere dir fünf Angebote von deinem Sortiment welche zusammen passen:

Lektion 14 – jetzt verkaufst du

Der Kunde möchte nun bezahlen.

Achte darauf, dass du gut vorbereitet bist. Prüfe schon vor Marktbeginn, wo der nächste Bankomat steht, falls der Kunde zu wenig Bargeld dabei hat. Besser ist es natürlich, wenn der Kunde nicht mehr von deinem Stand weggeht, bis er den Kauf abgeschlossen hat, sonst könnte er sich umentscheiden.

Bargeld

Hab genügend Wechselgeld zur Hand. Mindestens CHF 200.- solltest du dabei haben, sowohl Noten als auch Münzen. Schau dir deine Preise an und überlege, welches Wechselgeld du am meisten benötigen wirst. Arbeite mit einfachen Beträgen, um es beiden Seiten zu erleichtern.

PayPal

Biete noch eine Alternative an, erstelle dir ein Paypal-Konto. Das ist gratis und es wird pro Überweisung ein Prozentanteil verrechnet. Du erhältst in Folge etwas weniger Geld, aber du hast das Geld sofort.

Sumup

Alternativ kannst du dir ein Sumup-Gerät zulegen. Das kostet unter CHF 100.- und kann für Kreditkarten- und Bankkartenzahlung vor Ort am Stand eingesetzt werden. Du brauchst lediglich ein Smartphone. Bei jeder Buchung wird auch hier ein niedriger Prozentsatz abgezogen, dafür hast du keine monatlichen Gebühren und keine anderweitigen Kosten.

Twist, Apple Pay, Google Pay und neuerdings auch Bitcoin etc. möglich. Sei technisch dabei, mach es den Kunden so einfach wie möglich.

Bereite alles gut vor. Kunden warten nicht gerne, wenn sie sich einmal entschieden haben.

Bereite Tragtaschen mit deinem Flyer oder deiner Karte vor. Hab alles zur Hand, damit es nach der Zahlung schnell geht.

Achte auf deinen Kunden. Möglicherweise möchte er, dass du sein gewähltes Produkt sicher einpackst, während er sich noch ein wenig umschaut.

Wenn du ihm anschliessend die Tasche oder das Produkt gibst, sag noch etwas Positives wie: „Sie haben eine gute Wahl getroffen! Sie werden spüren, wie sich Ihre Hände nach wenigen Tagen weicher anfühlen!“

Lektion 15 – Einpacken des Produktes

Überlege dir, wie du deine Produkte verpacken möchtest. Was passt zu deinem Branding, Logo etc.?

Schmuck wirkt beispielsweise gut in kleinen farbigen Säckchen. Wenn du natürliche Produkte verkaufst, nutzt du vielleicht feine Jutesäckchen. Für Kinderkleider eignen sich bunte Beutel etc.

Während des Einpackens

Lerne vorher ein paar Tipps, die du dem Kunden in der Zeit, in der er wartet, mitteilen kannst.

Erwähne in dieser Zeitspanne, wie das Produkt zu waschen ist, wo es gelagert werden sollte, wie es schön bleibt, wie lange es haltbar ist, wie dich der Kunde erreichen kann, wenn er mehr Produkte oder Nachschub möchte.

Auch wenn du gebrauchte Säcke verwendest, lege diese schön zusammen. Versieh sie mit einem Aufkleber von dir oder bestelle Papiertüten, die sind nicht teuer und können in Kleinmengen bestellt werden.

Der Kunde soll Spass an deiner Verpackung haben, damit er mit Stolz über den Markt läuft.

Im Süden der Schweiz befindet sich das Einkaufszentrum „Fox Town“, es ist bekannt für seine Marken-Boutiquen.

Wenn ich dort etwas kaufe und sage, dass ich schon eine Tüte habe, klappt das nicht. Jeder Shop will, dass ich mit seiner Tüte herumlaufe. Jede Tüte ist schöner als die andere. Werbung an der Hand. Und wer läuft nicht gern mit einer schönen Tüte beim Shopping umher?

Wenn du Papiertüten nutzt, erstelle dir einen schönen Stempel und stemple deine Tüten hinten und vorne oder lass dir Aufkleber anfertigen.

Erwähne beim Einpacken, dass du noch ein paar Visitenkarten oder Flyer beigelegt hast. Bitte den Kunden, ein oder zwei davon weiterzugeben.

Bitte konkret um die Empfehlung, dass der Kunde, wenn er zufrieden ist, deine Karte weitergibt.

Wenn du Zeit und Lust hast, →nimm Geschenkpapier und Klebesteifen mit. Warum nicht dem Kunden anbieten, dass du seinen Kauf als Geschenk einpackst?

Lektion 16 – Follow-up: Nach dem Verkauf ist vor dem Kauf

Wenn du nun verkauft hast, heisst das nicht, Ende gut, alles gut. Gerade in diesem Moment startet deine Beziehung zu deinem Kunden.

Frage, ob du seine E-Mail-Adresse oder Anschrift notieren darfst, damit du ihn über neue Produkte, Rezepte, Anleitungen etc. informieren kannst.

In diesem Moment, wenn jemand etwas bei dir kauft, ist er offen für mehr. Die Person hat von dir gekauft, sie will mehr von dir wissen.

Probiere während des gesamten Prozesses, mehr über den Kunden zu erfahren. Halte so viel wie möglich fest. Eine Vorlage dazu (So bin ich – Kunde, Freund) findest du in meiner [Gratis-Bibliothek](#) auf meiner Website: www.erfolgreich-im-alltag.ch.

Hashtag

Du kannst auch einen #hashtag zum Markt oder zu deinem Produkt erstellen. Der Kunde kann dann ein Foto mit diesem Hashtag posten.

Wenn du etwas für den Kunden abklären darfst, mach es auch.

Halte dein Wort. Vergiss es nicht und erledige es innert einer Woche. Wenn die Abklärungen länger dauern, lass es den Kunden wissen. Melde dich nach vier Tagen und teile ihm mit, wie es aussieht.

Offeriere kleine Dinge

Dein Kunde möchte noch über den Markt schlendern. Offeriere ihm, dass du seine Tragtasche beim Stand deponierst, sodass er sie später abholen kann.

Sammele die Adressen und starte eine Mailingliste. ([Hier](#) findest du eine Anleitung, die dir dabei hilft.)

Wettbewerb am Marktstand

Erstelle einen kleinen Wettbewerb, um Adressen einzusammeln.

Es sollte etwas Einfaches sein, das zum Mitmachen animiert und zugleich niemanden blossstellt. Wissensfragen eignen sich daher weniger gut, besser sind Schätzfragen, die sich zum Beispiel auf einen Topf mit Knöpfen, ein Wimmelbild etc. beziehen.

Drucke zuvor eine leere Liste aus, in die sich der Besucher mit Namen, E-Mail-Adresse und seiner Antwort eintragen kann.

Kundenbuch

Nimm ein leeres Notizbuch mit. Schreibe darin deine Aufgaben rein. Etwaige Bestellungen, Abklärungen, den Namen und die Telefonnummer des Kunden etc. So hast du alles beisammen und kannst zu Hause mit der Arbeit beginnen.

Lektion 17 – Rückgaben, Umtausch, Produkt nicht in Ordnung

Nicht immer läuft alles reibungslos. Das macht nichts, wichtig ist, wie du damit umgehst. Es ist wichtig, wie dich dein Kunde in Erinnerung behält.

Wenn dein Kunde nach dem Verkauf zurückkommt, höre ihm zu. Meistens ist ihm die Situation auch unangenehm.

Achte darauf, dass eine entspannte Situation entsteht. Sei freundlich, lächle und höre erst mal nur zu. Akzeptiere, was der Kunde sagt, egal ob er die falsche Grösse oder Farbe gewählt hat, oder ein Produkt defekt ist.

Richtlinien

Aus diesem Grund überlege dir vorher deine Richtlinien. Schreibe dir alle möglichen Fälle auf. Was tust du bei Nichtgefallen, bei einem defekten Produkt, wenn die Grösse falsch ist etc.?

Schaue dir die Richtlinien deines Landes an, es gibt nationale Verkaufsrichtlinien was Umtausch etc. betrifft. Halte dich an ihnen fest, damit du eine allgemeingültige Regelung hast. Du kannst immer noch kulanter handeln, wenn du möchtest.

Wichtig ist, dass dein Kunde mit einem Lächeln von dir weggeht, und dass ihr gemeinsam eine gute Lösung gefunden habt.

Lektion 18 – Zusammenfassung

- Prüfe dein Outfit, dein Auftreten.
- Zeige dich von deiner charmanten Seite. Lächle, freu dich, sei offen, freundlich und herzlich.
- Kenne deine Zielgruppe.
- Bereite alles im Vorfeld für deinen Stand vor – Flyer, Visitenkarten, Notizheft, Schreiber.
- Erkundige dich zuvor, wo der nächste Bankomat ist und habe genügend Wechselgeld bei dir.
- Habe ein Papier mit deinen wichtigsten Einstiegssätzen zur Hand.
- Wenn du am Stand stehst, halte einen Flyer oder eine Visitenkarte in der Hand.
- Halte Augenkontakt, lächle den Kunden an und grüsse freundlich.
- Kenne deine Produkte, zeige sie. Erkläre sie und teile mit, warum es zu deinem Kunden passt.
- Wenn der Kunde interessiert ist, erzähle mehr über dich und das Produkt.
- Wenn der Kunde sich für ein Produkt entscheidet, präsentiere ihm etwas, das dazu passt.
- Packe den Kauf schön ein, bereite deine Tüten vor.
- Erwähne, dass du noch Flyer/Visitenkarten in die Tüte legst, er soll dich bitte weiterempfehlen.
- Erfasse seine Daten. (Wettbewerb, Infos, etc.)
- Sei offen, lerne den Kunden kennen.
- Erfasse deinen Kunden in deinem Kundenbuch. Schreibe seine Vorlieben auf, ob er Kinder hat, zugezogen ist etc.
- Kenne die Richtlinien bezüglich Umtausch etc.
- Lächle so oft wie möglich.
- Sei wie du bist.

Du hast nun Werkzeuge zur Hand, die dir garantiert beim Verkaufen helfen. Ich hoffe, ich konnte dir das Verkaufen ein wenig näherbringen und du siehst, dass Verkaufen nicht zwangsläufig bedeutet, jemandem etwas anzudrehen.

Verkaufen sollte Spass machen.

Du hast doch auch Freude an deinem Produkt, warum soll der Kunde sie nicht haben?

Viel Erfolg und Spass beim Verkaufen!

Hey, und wenn ich dir mit diesen kurzen Lektionen dabei helfen konnte, ein richtiges Erfolgserlebnis zu schaffen – toll! Bitte berichte mir davon.

Liebe Grüsse



Nadja Horlacher

P.S.

Wenn dir diese Anleitung gefallen hat empfehle sie weiter.

Du verdienst bei jedem Verkauf. Für alle Informationen, trete jetzt meiner Facebook Gruppe bei. <https://www.facebook.com/groups/affiliatesnadjahorlacher>

Notizen:



by nadja horlacher