

«Aktiv verkaufen – Kundenbedürfnisse wecken», hiess der vom SBVV organisierte Kurs in der Zürcher Helferei. Mariella De Matteis führte ihre Zuhörerinnen und Zuhörer lustig-informativ durch ein dichtes Programm und sorgte dafür, dass ihnen nun die Begriffe «Alternativfragen» und «Zusatzverkauf» keine Fremdwörter mehr sind.

## «Ohne Smalltalk geht nichts!»

*fmg.* «Zusammenkommen ist ein Beginn, Zusammenbleiben ist ein Fortschritt, Zusammenarbeiten führt zum Erfolg», hält Henry Fords Sprichwort fest. In Mariella De Matteis' Dokumentation zu ihren Anlässen lassen diese und andere Aussagen erahnen, dass hier eine Frau am Werk ist, für die Kommunikation und Zusammenarbeit sehr wichtig sind. Die gelernte Buchhändlerin versteht es, durch ihre lebendige, humorvolle Art die anwesenden Personen anzusprechen. Erlebnisse mit Kundinnen und Kunden aus ihrer eigenen Buchhändlerinnenzeit nahmen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Kurses mit grossem Beifall und viel Lachen auf, und es war offensichtlich, dass die schauspielerische Vergangenheit De Matteis' viel dazu beitrug, dass der Tag entspannt, aber produktiv über die Bühne ging.

17 Personen waren gewillt, an ihren Verkaufsqualitäten zu feilen. Kernpunkt des Kurses war das Verkaufsgespräch, Telefonverkauf und Zusatzverkäufe. Zu Beginn ging De Matteis' mit den

Anwesenden eigene Erlebnisse durch: Was fehlt mir, um Kunden optimal beraten zu können? Sei es die Fragetechnik, um das Bedürfnis eines zerstreuten Kunden auszuloten, oder der Rückhalt im Team: Generell gesagt ist das A und O beim Verkaufen Authentizität und Transparenz den Kunden gegenüber. Es gibt keine optimalen, vorgeschriebenen Fragen, sondern erlaubt ist alles, was das gewünschte Ergebnis bringt und den Kunden nicht vor den Kopf stösst. Vor allem auch, sich selbst zu sein.

### Telefon oder Laden?

In einer Gruppenarbeit wurden die Unterschiede zwischen Telefon- und Face-to-Face-Verkauf besprochen. Vorteilhaft beim Telefonverkauf sei die fehlende Bewertung des Ambientes, das im Laden unmittelbar auf die Kunden wirke, doch könne man keinen visuellen Eindruck der Bücher vermitteln, so die Teilnehmer. «Wichtig ist am Telefon, dem Kunden alles zu erklären, was man macht – übrigens auch im Laden! Wenn Sie ihm erklä-

ren, warum Sie im Regal oder PC nachsehen, dann fühlt er sich geschätzt und ist beeindruckt über Ihren Einsatz», verdeutlicht De Matteis. «Zudem ist am Telefon ein Lächeln mindestens so wirksam wie im Laden.»

### Fragetechniken

Um die Gesprächsführung besser zu beherrschen, gingen die Teilnehmer Kommunikationstheorien durch: In einer weiteren Gruppenarbeit wurden offene, geschlossene, Alternativ- und Kontrollfragen definiert. Mit offenen Fragen lässt sich am ehesten das Bedürfnis der Kundinnen und Kunden erkennen, mit geschlossenen Fragen erfährt die erfahrene Buchhändlerin von einem zerstreuten Kunden, ob sie ihm den Titel bestellen soll. Mit Alternativfragen (Auswahl geben) lassen sich die Käuferinnen so genannt «manipulieren»: «Wollen Sie das Buch als Geschenk oder möchten Sie es einfach in einer Tasche mitnehmen?» Mit grosser Wahrscheinlichkeit entscheidet sich die Kundin für die Tasche, da das letztgenannte besser im Gedächtnis haften bleibt – eine Arbeitserleichterung in der Weihnachtszeit?

Einen weiteren Schwerpunkt des Kurses bildete das Generieren von Zusatzverkäufen. De Matteis ging mit den Kursteilnehmerinnen den Ablauf eines Verkaufs-

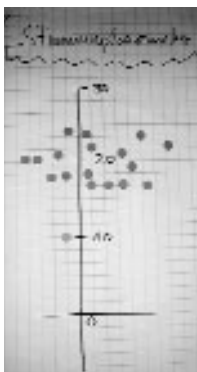
gespräches durch und erklärte, an welcher Stelle man einhaken muss, um den zusätzlichen Titel an den Kunden zu bringen. «Das wichtigste dabei ist das Zuhören! Sie müssen das Thema des Kunden aufnehmen und es mit einem Titel verknüpfen, den Sie

kennen. «Ach, Sie interessieren sich für Scherenschnitte? Da fällt mir grad ein Titel dazu ein, ein Prachtexemplar von einem Buch, das die japanischen Künste...» Ohne Smalltalk gibt es keine Zusatzverkäufe!», ist die Botschaft von De Matteis an ihre ZuhörerInnen. «Hören Sie zu, was die Kundin sagt (Scherenschnitt), schaffen Sie eine Verbindung zum Thema und benennen Sie es (japanische Kunst). Und nun zaubern Sie ein Buch aus dem Gestell, am besten einen Ladenhüter... et voilà.»

### Stimmungshoch

Dass der Kurs den Teilnehmerinnen und Teilnehmern gefiel, machte De Matteis mit einem so genannten Stimmungsbaremeter sichtbar. Jeder konnte seine Stimmung mit einem Klebepunkt ausdrücken – der einzelne abgeschlagene Punkt in der unteren Region der Skala wurde mit starken Kopfschmerzen erklärt.

«Heute habe ich gelernt, dass es sehr wichtig ist, mich selbst mit meinen Erfahrungen und Meinungen in ein Verkaufsgespräch einzubringen und offene Fragen zu stellen», meint Alfie Marty vom Buch+Spielladen in Lachen rückblickend. Ursi Christen aus Adliswil sagte zufrieden: «Ich bin von Altlasten meiner Ausbildung befreit worden. Gelernt hatte ich, dass man gewisse Dinge sagen darf und andere nicht. Dass es nicht so ist, freut mich.»



Mariella De Matteis bei der Arbeit: Die KursteilnehmerInnen hören aufmerksam zu.