

KLAUS SCHEIN

Sales Performance Consulting

# KOMMUNIKATION



Argumentationstechnik

## Argumentationstechnik

Viele Verkäufer behaupten – statt zu argumentieren.

Zum Beispiel behaupten Sie, gut argumentieren zu können.

Das i s t aber eine Behauptung!

Ist Ihnen der Aufbau eines Arguments bekannt?

Er ist ganz einfach!

Ein Argument besteht aus zwei zentralen Bausteinen:

Teil 1: Behauptung (Konklusion)

Teil 2: Begründungen (Prämissen)

### **Behauptungen können sein:**

1. Fakten
2. Meinungen
3. Standpunkte

### **Begründungen können sein:**

1. Informationen, die zur Behauptung l o g i s c h in einer Beziehung stehen
2. Informationen, die dem Kunden bekannt sein – oder ihm einleuchten

### **Das Wichtigste:**

- Das Wörtchen „weil“ (Wenn Sie aufmerksam zuhören, hören Sie es ganz oft bei geschulten Personen)

Weil klingt irgendwie nach: „Mensch..., ja..., stimmt..., könnte. stimmen....“

Ohne weil klingt es nach: „Das kann ja jeder behaupten!“

Probieren Sie es aus!

## Argumentation

Sie beginnen mit einer Behauptung, oder einer Meinung, die Sie anschließend mit zwei bis drei Begründungen verbinden, natürlich mit „weil“, weil es sich so gut anhört.

Dann muss nur noch alles logisch zusammen passen und das Argument sitzt.

Ein Argument ist erfolgreich, wenn der Gesprächspartner die Begründungen für wahr hält, sie also akzeptiert.

Stimmt der Gesprächspartner nur eine der Begründungen nicht zu, so kann er das ganze Argument kippen! Dann sind dann auch die anderen Begründungen nichts mehr wert. Das Argument fällt dann in sich zusammen muss daher neu aufgebaut werden (falls sich die Gelegenheit dazu noch ergibt).

Die Bindewörter sollten Sie öfter wechseln, sonst fällt es auf, weil...

Alternativen zu weil sind: da, denn, nämlich...

## So viel zur Theorie, Kommen wir zur Praxis:

Vergleichen Sie bitte folgende Beispiele. „Fühlen“ Sie die Glaubwürdigkeit der Aussagen:

### Beispiel 1)

*"Wir sind Marktführer und wir sind sehr erfolgreich im Markt. Außerdem liefern wir unsere Waren immer pünktlich."*

Na, wie klingt das? Auch wenn die Fakten stimmen, wird mancher Kunde zweifeln.

Warum? Weil es 3 Behauptungen sind!

## Beispiel 2)

*"Wir haben eine 30-jährige Erfahrung und wir liefern stets pünktlich, denn wir produzieren zu 90% selbst."*

Na, wie klingt das? Ich denke schon ein bisschen besser. Aber noch nicht ganz überzeugend.

Warum? Da es 2 Behauptungen sind von denen nur eine begründet wurde! Wenn man die Begründung genau analysiert stellt man ja fest, dass trotz Eigenfertigung einige Lieferschwierigkeiten entstehen können, zumal ja 10% zugeliefert werden!

## Beispiel 3)

*"Auf die Lieferung bis zum Freitag können Sie sich verlassen, denn ich habe bereits vor einer Woche den Auftrag bearbeitet und eine Rückbestätigung von der eigenen Produktion erhalten. Die Geräte sind bereits durch die Qualitätskontrolle und fertig für den Versand."*

Na, gibt's noch Einwände?

Kaum, denn meine Behauptung habe ich durch 3 Begründungen gestützt.

Als Verkäufer sollte man wichtige Aussagen begründen! (Dies ist eine Behauptung!)

Weil

1. die Glaubwürdigkeit des Verkäufers eine wichtige Voraussetzung für einen Auftrag ist,
2. jeder Kunde einen Haken sucht und
3. der Verkäufer sich von einer Broschüre abheben sollte um seine Existenzberechtigung zu betonen.

Das klingt zwar ganz passabel, aber begründet wurde es durch weitere drei Behauptungen. Sie sehen also, es ist gar nicht so einfach, überzeugend zu argumentieren.

Damit dieses wichtige Tool „Argumentationstechnik“ schon bald beherrschen, üben Sie einfach an ganz praktischen Beispielen.

Dieser Preis ist richtig kalkuliert...

Dieses Produkt ist sein Geld wert...

Wir stehen für Zuverlässigkeit...

Auf die Lieferung können Sie sich verlassen...

Diese Ware ist noch nie reklamiert worden...

Wir haben den besten Service...

Wenn Sie ein Feedback haben möchten – selbstverständlich kostenfrei – dann senden Sie mir Ihre Argumente zu.

*Für weitere Informationen sowie für die Beantwortung Ihrer Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.*

**KLAUS SCHEIN**

Sales Performance Consulting

**[www.klausschein.de](http://www.klausschein.de)**

Klaus Schein ist Unternehmensberater, Trainer und Coach im Bereich Marketing und Vertrieb mit den Schwerpunkten: Strategische Vertriebssteuerung, Entwicklung von Verkaufsstrategien, Key Account Management und strategisches Verkaufen auf der Management-Ebene. Er hat Best-Practice-Verkaufsstrategien in seiner 12-jährigen Marketing- und Vertriebs Erfahrung bei internationalen Unternehmen wie HP, GE, Westinghouse und Rockwell-Automation kennen gelernt und entwickelt seit 14 Jahren passgenaue Strategien für den Mittelstand und für Konzerne mit dem Ziel, die Vertriebsperformance des gesamten Teams kontinuierlich zu verbessern.

