



## Magazin

### Buchtip: „Meine Dienstleistung verkaufen“

Gute VerkäuferInnen werden von der Wirtschaft immer gesucht und im Unternehmen wie HeldInnen gefeiert. Nur wenige Menschen arbeiten in diesem Bereich. Angestellte „verkaufen“ sich selbst vielleicht alle 1,5 – 3 Jahre, wenn sie sich um einen neuen Job bewerben.

Im Ein-Personen-Unternehmen ist Verkaufen eine zusätzliche Leistung, die Sie neben Ihrer Kern­tätigkeit erbringen. Manche Selbständige gehören zu den Glücklichen, die das ganz gerne machen.

Die meisten Menschen aber zählen das Verkaufen zu dem unangenehmsten Bereich der Selbständigkeit. „Ich bin gut, aber ich kann mich nicht verkaufen“, „Ich mag es nicht, mich zu verkaufen“.

Geht es Ihnen auch so? Das ist ganz normal, denn wäre Verkaufen Ihre Lieblingsbeschäftigung, dann würden Sie vielleicht als selbständigeR HandelsvertreterIn arbeiten. Da Verkaufen eine Voraussetzung dafür ist, dass Sie Ihre eigentliche Dienstleistung erbringen können, ist es eine notwendige Tätigkeit, um Ihren Lebensunterhalt zu sichern.

#### Was ist das Besondere beim Verkaufen einer Dienstleistung?

Eine Dienstleistung können Ihre potentiellen KundInnen nicht anfassen, riechen oder schmecken, umso mehr werden Sie als Person „gekauft“.

#### Was ist der Unterschied zwischen Marketing und Verkauf?

Viele Aktivitäten, die Sie im Bereich Marketing setzen, sind Vorstufen für das persönliche Verkaufsgespräch. Beim Verkaufen geht es darum herauszufinden, ob Ihr Gegenüber wirklich Ihre Dienstleistung braucht, kaufen will und kann. Im Rahmen des Verkaufsprozesses ermitteln Sie Bedürfnisse Ihrer potentiellen KundInnen, präsentieren Ihr Angebot, verhandeln den Preis und schließen den Verkauf ab.

#### Wollen Sie kostenlose Leistungen erbringen?

Ideen und Konzepte, die Sie für jemanden entwickeln, können Sie nur schwer schützen lassen. Zeigen Sie KundInnen lieber schon abgeschlossene Arbeiten, um von Ihrer Kompetenz zu überzeugen. Es passiert immer wieder, dass Ideen nur gesammelt und dann intern oder von einem anderen Unternehmen umgesetzt werden. Eine Bitte um ein schriftliches Angebot bedeutet oft auch nur ein höfliches „Nein, ich will nichts kaufen“. Holen Sie sich lieber gleich das „Nein“, ohne mehr zu arbeiten.

#### Haben Sie die gleiche Wellenlänge?

Bei Ihrem ersten Gespräch prüfen Sie, ob Sie und Ihr Gegenüber „miteinander



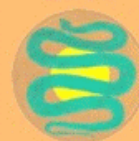
#### Rubriken

Erfolgsglossys  
 Antistress und Spirit  
 Business und Career  
 Fashion und Beauty  
 Gesundheit  
 Haus und Garten  
 Familie  
 Shopping  
 Lifestyle  
 Events  
 Soziale Einrichtungen  
 Archiv  
 2008  
 Suche

Verknüpfen mit  
 AND  OR

### 4. Festival der Sinne 2009



Motto:  
**Augen-Blicke**



**GRAZ**  
 19. + 20. Sept  
 Sa 10.00-19.00  
 So 10.00-16.00

*Eintritt frei!*

festivaldersinne.info

können". Schaut das Gegenüber auf Sie herunter, oder werden Sie respektiert. VertreterInnen größerer Unternehmen und Organisationen ist oft die Frage „Wer steckt dahinter?“ und „Wo haben Sie Ihr Büro?“ wichtiger als Ihre Fähigkeiten und Kompetenzen. Wenn Ihr Bauch sagt, dass es einfach nicht passt, sparen Sie sich und Ihrem Gegenüber Zeit und sich selbst zusätzlich auch Frust, indem Sie nicht vergeblich versuchen, dieser Person etwas zu verkaufen.

### **Wird Ihre Leistung gebraucht?**

Es ist einfacher, dem Gegenüber etwas zu verkaufen, was diese/r auch will, als mit irgendeinem Angebot zwanghaft überzeugen zu wollen. Doch manchmal wissen KundInnen selbst nicht, was genau sie brauchen. Bereiten Sie Fragen vor und helfen Sie Ihrem Gegenüber im Gespräch, sich die eigenen Bedarfe bewusst zu machen. Hören Sie aktiv zu, und bieten Sie nicht sofort eine Lösung an, auch wenn Sie schon „genau wissen“, was Ihr Gegenüber braucht. Klären Sie, ob Ihre Ansprechperson etwas verändern will und für Ihre Dienstleistung auch bezahlen kann?

### **Anschaulich präsentieren**

Präsentieren Sie nur jene Merkmale Ihrer Dienstleistung, die nach dem bisher geführten Gespräch für den/die KundIn interessant sind. Bereiten Sie sich auf Einwände vor, häufig kommen immer wieder die gleichen. So können Sie souverän reagieren.

### **Preise taktisch klug erklären und verhandeln.**

Sprechen Sie das Thema „Preis“ oder „Honorar“ so früh als möglich an, um herauszufinden, in welchem Budgetrahmen sich Ihre Lösung bewegen darf. Kalkulieren Sie Ihren Preis, und vergleichen Sie ihn mit anderen Angeboten. Zeigen Sie sich nicht unsicher, wenn Ihre Forderung belächelt wird. Es besteht kein Grund sich zu rechtfertigen. Sie können sowohl Fixpreise anbieten als auch den Preis jeweils neu verhandeln. Wenn Sie gerne verhandeln, bitten Sie zuerst um mehr und reduzieren Sie taktisch klug. Ein erfolgreicher Abschluss belohnt Sie auch für die leeren Kilometer.

Zur Autorin:

### **Mag. Martina Schubert**

Selbständige Unternehmensberaterin, Trainerin und Projektleiterin.  
Studium Betriebswirtschaftslehre an der Wirtschaftsuniversität Wien, zehn Jahre Marketing-Arbeit für Agenturen und KMU, ab 1997 Training und Beratung in den Bereichen Marketing und Unternehmensgründung, seit 2000 Geschäftsführerin von FO.FO.S - Forum zur Förderung der Selbständigkeit.  
Dort u.a. Leitung der EU-Projekte SOLOCOM – Ein Gründerprogramm für Ein-Personen-Unternehmen (2001-2004) und SELF-EMPLOYMENT – Begleitung und Beratung von Ein-Personen-Unternehmen (Forschungsprojekt, 2004-2007).  
Bücher für Ein-Personen-Unternehmen: „Marketing für kleine Budgets“, „Meine Dienstleistung verkaufen“, „Finanzen planen - Preis kalkulieren“, „Werbetexte schreiben“, „Meine Marketing-Datenbank“.

Online-Buchshop: [www.fofos.eu](http://www.fofos.eu)

Website: [www.fofos.at](http://www.fofos.at)

Quelle + Foto: Martina Schubert



---

[Zurück zur Liste](#)

---

[Kontakt](#) | [Impressum](#) | [AGB](#) | [Newsletter](#) | [Presse](#) | [Sitemap](#)

© 2008 Business-Mamas. Alle Rechte vorbehalten.