

Verkaufen Sie Produkte oder schon den Nutzen?

31.01.2011, 08:16 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Verkaufsspaßtrainer Tobias Ain*

Klingt vielleicht wie eine aggressive Ikea-Werbung diese Frage, soll aber auf ein allgemeines Missverständnis unter Verkäufern hinweisen. Deutschland ist ein Land der Ideen und Innovationen. Viele Erfindungen kommen aus unserem Land und Deutschland ist bekannt für die Leistung seiner Ingenieure. Wir sind zu Recht stolz auf unsere Produkte, ja wir lieben unsere Produkte. Genau das kann aber mitunter zum Problem werden.

Kennen Sie auch das übliche Problem, wenn der Ingenieur seine Maschine verkaufen soll. Mit Begeisterung schwärmt er von den tollen Produktvorteilen und raffinierten Einzelheiten seines Werkes. Viele Probleme hat der Ingenieur auf dem Weg zum fertigen Produkt lösen müssen und kann nun zu Recht stolz sein, es geschafft zu haben. Gerade im Maschinenbau ist Deutschland nicht umsonst führend und der so genante Exportweltmeister. Unter seinen Ingenieurskollegen mag er damit vielleicht noch Begeisterung auslösen, wie sieht es aber beim Kunden aus? Ganz ehrlich: die meisten Kunden interessieren sich nicht im geringsten für die vielen noch so tollen Details. Er versteht vielleicht ohnehin nur Bahnhof, wenn er nicht selbst vom Fach ist. Was aber interessiert dann den Kunden? Ist es nicht gut wenn man möglichst viele Produktvorteile aufzählt?

Das ist leider ein weit verbreiteter Irrglauben unter Verkäufern. In Wirklichkeit interessiert den Kunden nicht einmal das Produkt, den Kunden interessiert nur der individuelle Nutzen. Sie haben richtig gelesen, nicht der Nutzen sondern der individuelle Nutzen. Das heißt der Kunde hat schon mal ganz unterschiedliche Prioritäten und Erwartungen an das Produkt.

Als Beispiel, stellen Sie sich einmal eine Hausfrau als Autokäufer und einmal einen Geschäftsmann als Autokäufer vor. Stellen Sie sich vor beide interessieren sich für das gleiche Fahrzeug. Was sieht die Hausfrau in diesem Auto und was sieht der Geschäftsmann? Vielleicht sieht die Hausfrau den großen Kofferraum und für die Kinder die tollen integrierten Kindersitze. Der Geschäftsmann sieht vielleicht die Beschleunigung von null auf hundert, da er auf der Autobahn flott voran kommen will. Oder er sieht die praktische integrierte Freisprecheinrichtung. Was nützt es also der Hausfrau zu erklären wie toll sie in diesem Fahrzeug telefonieren kann, wenn sie diese Funktion nie nutzen würde?

Was bedeutet das nun für den Verkäufer? Der Verkäufer muss zunächst den individuellen Nutzen seines Produktes für den jeweiligen Kunden herausfinden. Beachten Sie hierbei, das Produktvorteil und Nutzen etwas völlig anderes sind. Ein Beispiel: ein Fahrzeug mag sparsam im Verbrauch sein (Produktvorteil) aber der Nutzen besteht darin, dass der Kunde Geld spart (Nutzen).

Versetzen Sie sich also in die Lage des Kunden, fragen Sie den Kunden, was er vom Produkt erwartet. So verkaufen Sie nicht nur ein Produkt, sondern Sie bieten einen individuellen Nutzen. In Zukunft wird es also nicht mehr darauf ankommen wer tolle Produkte hat, denn es gibt einfach viele gute Produkte auf dem Markt. In Zukunft wird entscheidend sein, welcher Verkäufer den individuellen Nutzen für den Kunden herausfindet und diesen natürlich auch kommuniziert.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen, dass Sie viel Nutzen verkaufen.

Portrait

Über mich

Schon in jungen Jahren übte sich Tobias Ain im Verkaufen und lernte erfolgsorientiert zu arbeiten. So wurden Ferienjobs nicht einfach nur nach Stundenlohn abgerechnet, sondern mit Umsatzbeteiligung und Provision. Verkaufen machte ihm schon von früher Jugend an Spaß.

Später sollte das Verkaufen zur Leidenschaft werden und zum „Broterwerb“. Mit 21 Jahren wurde er der jüngste Verkäufer in einer Organisation mit über 80 Verkäufern. Hier hat er das Verkaufen von der Pike auf gelernt. Nach nur zwei Jahren wurde er der jüngste Verkaufsleiter in der Firma und begann so, andere zu schulen und zu motivieren.

Schon früh erkannte Tobias Ain, dass es zum großen Teil von der eigenen Person abhängt wie erfolgreich man im Verkauf ist. Deshalb besuchte er viele verschiedene Seminare und Fortbildungen im Bereich Verkauf, Rhetorik, Persönlichkeitsentwicklung und Betriebswirtschaft.

2001 gründete er sein eigenes Vertriebsunternehmen, das durch seine Erfahrung und seine Begeisterung für den Verkauf schnell wuchs und heute 25 Verkäufer im Außendienst beschäftigt.

Die Erfahrung direkt aus der Praxis des Verkaufens, gibt er heute als begeisterter Verkaufsspaßtrainer in seinen Seminaren weiter.

Tobias Ain ist aber auch ein begeisterter Familienmensch mit Frau und drei Söhnen. Erfolgreich sein und nicht nur für die Arbeit zu leben sind kein Widerspruch. Denn nur wer ausgeglichen ist in seinen unterschiedlichen Lebensbereichen, kann wirklich erfolgreich sein, und vor allem zufrieden.

News-ID: 505512 • Views: 144 (Stand: 03.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/505512/Verkaufen-Sie-Produkte-oder-schon-den-Nutzen.html>