



Dienstleistung besser verkaufen – die 5 wertvollsten Tipps!



Dienstleistungen müssen etwas anders angeboten werden, als Produkte. Warum? Da der hauptsächliche Unterschied darin besteht, dass Sie Dienstleistungen nicht anfassen, schmecken, fühlen oder riechen können, zum Unterschied eines Produktes.

Wenn Sie ein Produkt kaufen, sagen wir einmal einen Fernseher oder Schuhe, dann haben Sie die Möglichkeit das Objekt Ihrer Begierde, genauestens unter die Lupe zu nehmen. Sie können den eventuell neuen Fernseher testen, sich das Bild ansehen. Stimmt auch die Schärfe und Farbwiedergabe? Sie können alle technischen Features durchprobieren und sich vom Verkäufer auch noch zusätzlich beraten lassen.

Auch die Schuhe können Sie in die Hand nehmen und über das Leder streichen. Fühlt es sich gut an? Sie probieren die neuen Schuhe auch an und zwar bevor Sie diese kaufen und können so feststellen ob dieser Neuerwerb an Ihren Füßen bequem sitzt, oder doch Blasen hinterlassen würde. Die Farbe passt zu Ihrem Kleid und gefällt Ihnen ausgesprochen gut? Wenn jetzt auch noch der Preis für Sie angemessen erscheint, dann sind schon einmal die besten Voraussetzungen gegeben, dass Sie dieses Produkt erwerben werden.

Der Unterschied zur Dienstleistung:

Eine Dienstleistung können Sie nicht angreifen, nicht riechen, nicht schmecken, nicht probieren und nicht ansehen. Für unsere Sinnesorgane gibt es hier nichts zu tun. Hier könnte unter Umständen unser Gefühl, unser sogenanntes „Bauchgefühl“ zur Entscheidung beitragen. Sie kennen es bestimmt. Ihr „Bauchgefühl“ sagt Ihnen oft ob eine Geschichte wahr oder falsch ist.

Das bedeutet, bevor Sie eine Dienstleistung über einen Anbieter den Sie noch gar nicht kennen in Anspruch nehmen, entscheidet das „Bauchgefühl“. Dieser Anbieter passt zu uns und dieser Anbieter ist mir sympathisch und scheint mir ehrlich zu sein. Ich habe das Gefühl, er weiß wovon er spricht.

All diese Informationen bekommen wir durch unser Bauchgefühl.

Dienstleistung besser bewerben und verkaufen:

Doch welche Möglichkeiten haben Sie um Ihre Dienstleistung besser zu verkaufen? Wie können Sie Ihre Dienstleistung optimal bewerben, nämlich so, dass Sie von vielen potentiellen Kunden gesehen wird und die Werbung nicht einmal als störend empfunden wird?

Dieser Sache wollen wir einmal nachgehen und Ihnen dazu passende Tipps mit auf dem Weg geben. Schon bald werden Sie bemerken, dass Sie von immer mehr neuen Kunden angesprochen bzw. besucht werden, die Ihre Dienstleistung in Anspruch nehmen möchten.

Sehen Sie hier unsere folgenden Tipps:

Tipp 1: Seien Sie authentisch!

Damit meinen wir: Seien Sie einfach so wie Sie sind!

Sie brauchen sich nicht vor Ihren Kunden verstellen, denn meistens können Sie Ihr „tägliches Schauspiel“ ohnehin nicht aufrechterhalten und der Kunde bemerkt Ihre unnatürliche Haltung.

Selbstverständlich müssen Sie einen netten und freundlichen Umgangston mit Ihren Kunden oder zukünftigen Kunden kommunizieren, aber das tun Sie ohnehin.

Ich meine damit vielmehr, dass Sie einfach in Ihrer natürlichen Sprache und Ausdrucksform bleiben und nicht versuchen, für Sie, ungewöhnliche Wörter in Ihr Verkaufs- oder Beratungsgespräch zu verwenden. Warum? Für den Kunden wirkt das Gespräch dann allenfalls gekünstelt und das „Bauchgefühl“ meldet sich dann. Nur leider nicht positiv, sondern mit einer unangenehmen Empfindung und somit wird sich der potentielle Kunde voraussichtlich für einen anderen Anbieter entscheiden.

Wichtig ist als Dienstleister so authentisch wie möglich zu sein, denn schließlich heben Sie sich damit von Ihren Mitbewerbern ab und genau dadurch kommt der Kunde zu Ihnen. Schließlich sind Sie ihm sympathisch. Sie sprechen die gleiche Sprache. Sie lachen über die gleichen Witze und Späßchen. Sie sind dem Kunden sehr ähnlich und dadurch erhalten Sie einen Vertrauensvorsprung.

Wie Sie Ihre Zielkunden finden, nämlich diejenigen die dann auch bei Ihnen kaufen werden, können Sie hier nachlesen <<Zielkunden>>

Tipp 2: Zeigen Sie Fachkompetenz!

Seien Sie sich bewusst, dass sich der Kunde einmal folgende Fragen stellt und zwar bevor Sie den Auftrag erhalten:

- Ist er zuverlässig?
- Hat er die notwendige Kompetenz?
- Weiß er wovon er spricht?
- Stimmt hier das Preis – Leistungsverhältnis?

Wenn Sie alle Punkte, alle Zweifel aus dem Weg räumen können, dann werden Sie auch den Auftrag erhalten. Die Wahrscheinlichkeit sinkt mit jedem unausgeräumten Punkt.

Nur wie können Sie jetzt all diese offenen Fragen beantworten? Denn schließlich wird Sie der Kunde nicht einfach fragen: „Sind Sie denn auch zuverlässig?“. Falls doch, dann kennt er ohnehin schon Ihre Antwort: „Ja sicher“, oder würden Sie etwas anderes sagen?

Nein, vielmehr müssen Sie im Laufe des Gespräches dem Kunden mitteilen, dass Zuverlässigkeit in Ihrem Unternehmen groß geschrieben wird und wenn möglich können Sie dies mit anderen Kundenaussagen (Empfehlungen bzw. Empfehlungsschreiben)

untermauern, doch dazu kommen wir später.

Weiters ist es für den Kunden wichtig, dass Sie auf den Punkt kommen, d. h. Sie müssen den Wert Ihres Angebotes so erklären, damit der Kunde auch versteht welchen Nutzen Sie ihm bringen.

Sie müssen die Vorteile und den Nutzen Ihres Angebotes dem Kunden schmackhaft machen.

Erklären Sie dem Kunden gegenüber Ihren Mehrwert. Was machen Sie besser oder anders als Ihre Konkurrenz.

Ihr Angebot hebt sich ab, weil Sie eben diese Garantieleistung zusätzlich erhöhen, verbessern, ausweiten oder Ihr Angebot eben einmalig ist, weil der Kunde eben bei Kauf Ihres Angebotes nicht nur die zugesagte Leistung erhält, sondern auch noch ein kostenloses Servicepaket dazu.

Wichtig ist vor allem, dass Sie immer zu jedem Punkt Ihres Angebotes einen relevanten Nutzen für den Kunden hinzufügen.

Tipp 3: Arbeiten Sie mit Empfehlungen!

Eine Dienstleistung kann im Gegensatz zu einem Produkt nicht gezeigt und begutachtet werden ob sie den Anforderungen und Qualitätsansprüchen des Kunden genügen.

Was können Sie stattdessen tun?

Hier ist es sehr sinnvoll und ratsam mit Empfehlungen zu arbeiten.

Um überhaupt Empfehlungen zu erhalten, sollten Sie Kunden welche besonders zufrieden mit Ihrer Arbeit oder Leistungen waren, unbedingt danach fragen. Wenn der Kunde tatsächlich zufrieden war, dann wird er Ihnen voraussichtlich gerne eine Empfehlung schreiben, oder einen fertigen Text in seinem Namen unterschreiben.

Diese Empfehlungen können Sie dann für Ihre weitere Kundenakquise und auf Ihrer Homepage verwenden.

Anstatt dem Kunden ein fertiges Produkt zu zeigen, verwenden Sie eben diese Empfehlungen.

Tipp 4: Verpacken Sie Ihre Dienstleistung!

Jedes Produkt wird so gut wie möglich verpackt. Sogar mit viel Aufwand und ein besonders großer Wert wird auf ansprechendes Design gelegt.

Natürlich können Sie Ihrem Dienstleistungsangebot keine äußere Hülle verpassen, doch ein paar Möglichkeiten haben Sie dennoch:

- **Achten Sie auf Ihre Visitenkarte!**

Damit meine ich nicht, dass Sie darauf aufpassen sollen, dass Sie Ihnen nicht gestohlen werden, sondern achten Sie besonders auf die Gestaltung und den ersten Eindruck den diese Karte Ihrem zukünftigen Gegenüber erwecken wird.

Nehmen Sie nicht unbedingt das günstigste Aktionsprodukt, welches schon beim Einstecken zerknittert und sofort auf „billig“ schließen lässt, denn genauso wird im Ersten Moment auch Ihr Unternehmen wahrgenommen.

- **Gestalten Sie ein ansprechendes Logo!**

Ihr Logo, Visitenkarte, Firmenpapier sowie Homepage wird von Ihren potentiellen Kunden als Erstes wahrgenommen und wie bei so vielen Sachen gilt auch hier „DER ERSTE EINDRUCK ZÄHLT“.

Seien Sie hier etwas kreativ, aber beachten Sie hier auch „WENIGER IST MEHR!“

- **Informative Homepage gestalten!**

Die meisten Ihrer Kunden werden Sie wahrscheinlich über das Internet suchen und hoffentlich auch finden. Also auch hier auf eine übersichtliche und vor allem auf eine für den Kunden informative Homepage achten.

Tipp 5: Bleiben Sie mit Ihren Kunden im Gespräch!

Wichtig und vorallem sehr effektiv, empfiehlt es sich mit bestehenden Kunden (Bestandskunden) weiter im Gespräch zu bleiben, d. h. über Social Media und per eMail Marketing.

Befragen Sie auch aktiv Ihre Bestandskunden wie sehr zufrieden sie mit Ihren Leistungen sind und vorallem welche Verbesserungen sie sich wünschen.

Jetzt wissen Sie wo Sie gezielt ansetzen müssen um Ihr Geschäft zu verbessern und eventuell Ihre Schwächen etwas zu neutralisieren.

Geben Sie Ihren Kunden genügend Informationen und Motivationen um wieder Ihre Leistungen in Anspruch zu nehmen.

Inhalt:

[Der Unterschied zur Dienstleistung:](#)

[Dienstleistung besser bewerben und verkaufen:](#)

[Tipp 1: Seien Sie authentisch!](#)

[Tipp 2: Zeigen Sie Fachkompetenz!](#)

[Tipp 3: Arbeiten Sie mit Empfehlungen!](#)

[Tipp 4: Verpacken Sie Ihre Dienstleistung!](#)

[Tipp 5: Bleiben Sie mit Ihren Kunden im Gespräch!](#)