



EINWANDBEHANDLUNG

Vom Angebot zum **Auftrag**.

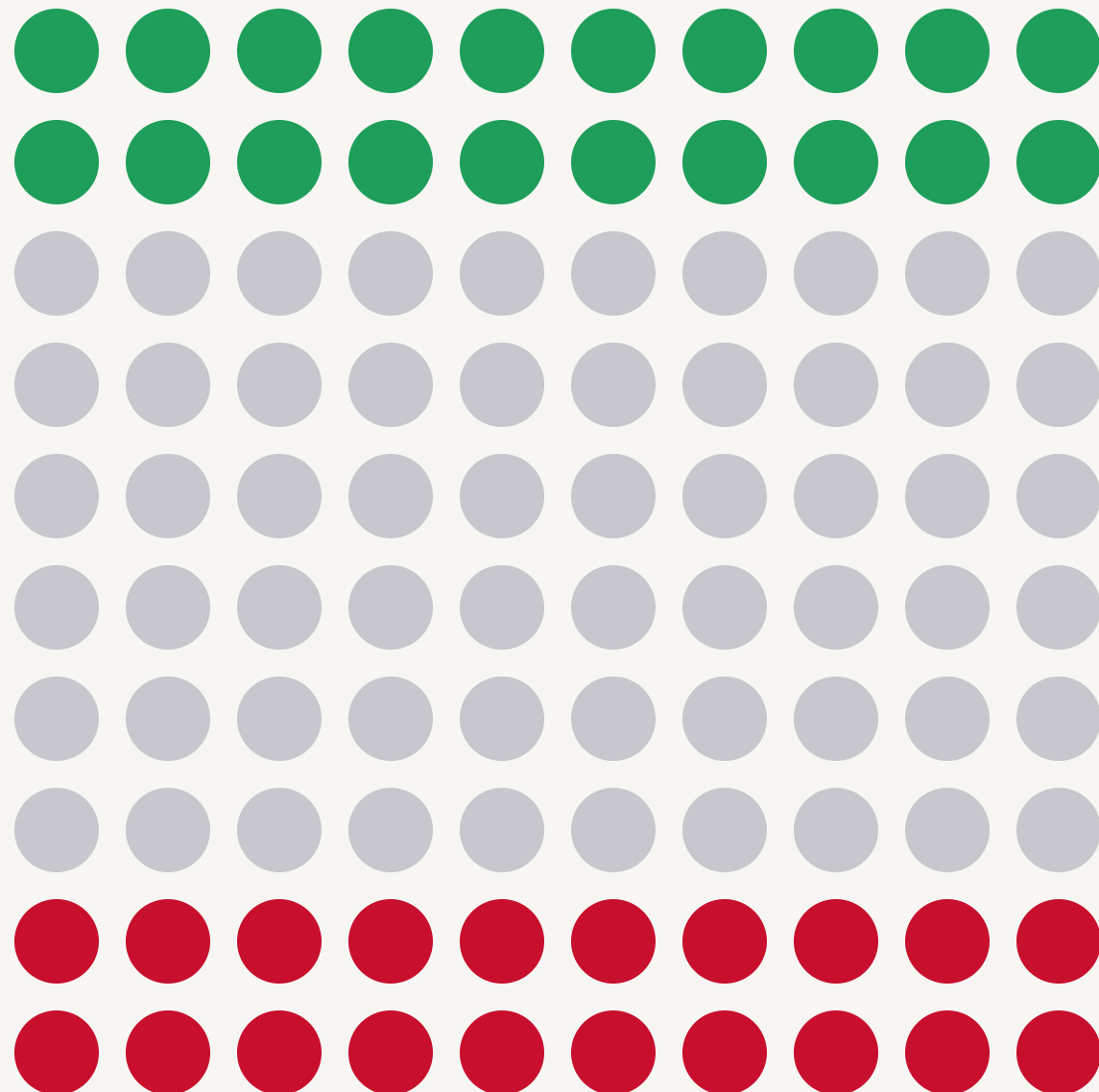
Wie du aus einem „Vielleicht“ ein „Ja“ machst.

-
- 01 Was ist Einwandbehandlung?**
 - 02 Warum sie über deinen Umsatz entscheidet**
 - 03 Das Schema: Schritt für Schritt**
 - 04 Die Top-Einwände — aufgelöst**
-

Was ist Einwandbehandlung?

Der Umgang mit der **Unsicherheit** deines Kunden im Moment der Entscheidung.

Es geht nicht ums Überreden — sondern darum, herauszufinden, was ihn **wirklich** unsicher macht. Und genau das aufzulösen.



Stell dir 100 Leute vor, die ein Angebot bekommen.

- 20 sagen sofort Ja
- 60 sind **unsicher** — die „Vielleicht-Leute“
- 20 sagen klar **Nein**

Die ersten 20 bekommst du sowieso. Die letzten 20 nie.
Über die 60 in der Mitte entscheidet deine Einwandbehandlung.

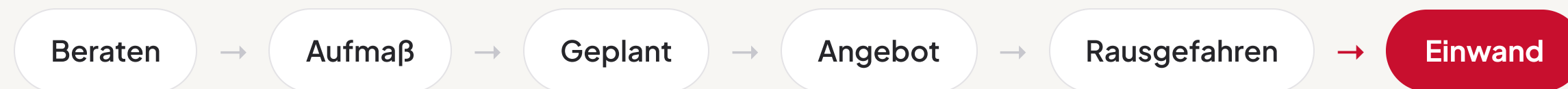
Deine Abschlussquote ist eine Entscheidung.

20% → 60–70%

ohne Einwandbehandlung mit Einwandbehandlung

Der Unterschied ist nicht das Angebot.
Der Unterschied ist die Einwandbehandlung.

Wenn der Einwand kommt, hast du längst alles investiert.



10–15 Minuten entscheiden, ob daraus ein Auftrag wird — oder ob die ganze Arbeit umsonst war.

Es sei denn, der Kunde vertraut dir längst — dann kommt der Einwand oft gar nicht erst.

Mythos vs. Realität

MYTHOS

„Einwandbehandlung heißt Druck machen — und mit Druck will ich nicht verkaufen.“

REALITÄT

Der Kunde weiß oft selbst noch nicht, was er will. Du machst keinen Druck — du findest heraus, wo seine Unsicherheit sitzt, und **nimmst sie ihm.**

Das Ziel

~~Unklarheit~~
Klarheit.

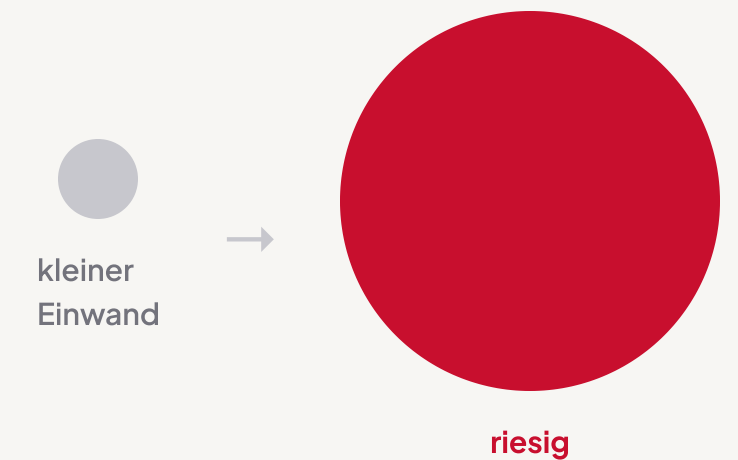
Der Kunde darf danach gern noch nachdenken — das ist völlig in Ordnung. Aber er soll nicht mit einer offenen Unsicherheit aus dem Gespräch gehen, sondern mit **absoluter Klarheit.**

Warum gerade jetzt

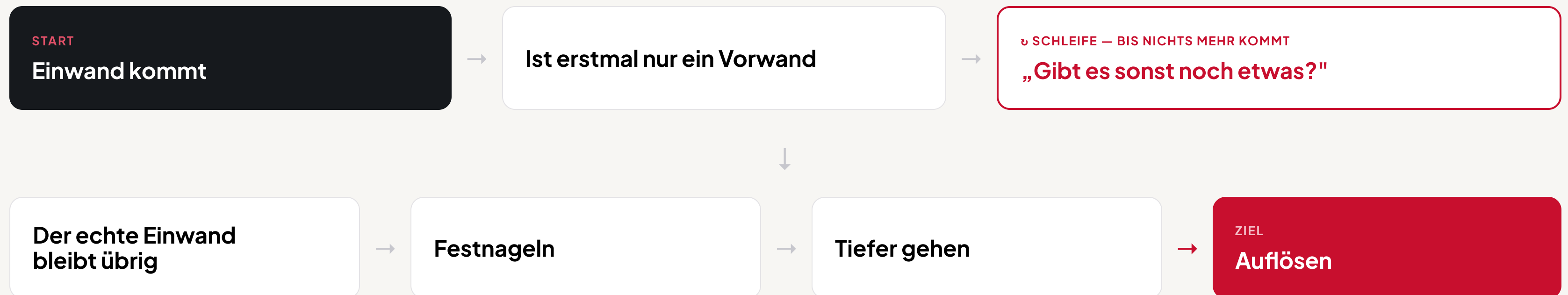
Die Leute sind **unsicher**.

Jede Unsicherheit macht selbst einen kleinen Einwand riesig — groß genug, um den Abschluss nicht nur zu gefährden, sondern zu **zerstören**. Genau das fängt gute Einwandbehandlung ab.

- Das Gegenmittel zu Unsicherheit heißt Vertrauen.



Das Schema im Überblick



Schritt für Schritt

01

Vorwand erkennen

Der erste Einwand ist selten der echte.

02

Abklären

„Mal angenommen, das wäre gelöst
— gibt es sonst noch etwas?“
Wiederholen, bis nichts mehr kommt.

03

Festnageln

Den verbleibenden, echten Einwand
klar benennen und bestätigen lassen.

04

Auflösen

Erst jetzt in die Tiefe gehen und lösen.

Das Schema ist einfach — aber es muss **eingehalten** werden.

Der häufigste Fehler

Dem ersten Vorwand hinterherrennen — und **nicht tief genug gehen.**

Du argumentierst dann gegen etwas, das gar nicht das echte Problem ist.

Reihenfolge zählt:

1 · Abklären



2 · Festnageln



3 · Auflösen

Die zweite Chance

Eine Absage ist **nicht das Ende.**

Verschiebt jemand „auf unbestimmte Zeit“ oder sagt ab: ruf nochmal an, such das persönliche Gespräch. Ein „Nein“ heißt oft „Ich bin unsicher und kann die Entscheidung gerade schwer treffen“.

Wer jetzt nicht bei dir kauft, kauft meist nicht später — sondern **woanders, weil ein anderer überzeugender war.**

Die häufigsten fünf — aufgelöst

Jeder dieser Einwände wird kleiner, je mehr der Kunde dir schon vertraut.

01 „Ich muss darüber nachdenken / mit meiner Frau sprechen“

02 „Der Konkurrent macht das günstiger“

03 Produktspezifische Einwände

04 „Das Budget gibt das nicht her“

05 „Erst etwas anderes vorziehen / Vorgewerk“

„Ich muss darüber nachdenken / mit meiner Frau sprechen“

DAHINTER

Fast immer ein Vorwand — es gibt einen konkreten Punkt darunter.

SO GEHT DU VOR

- 1 **Erst Druck rausnehmen.** „Klar, gar kein Thema — machen Sie sich in Ruhe Gedanken.“
- 2 **Konkret machen.** „Wie lange brauchen Sie denn ungefähr dafür?“
- 3 **Den echten Punkt freilegen.** „**Damit ich Ihnen noch die richtigen Unterlagen mitgeben kann: Geht es Ihnen beim Nachdenken eher um den Preis oder um die Lösung selbst?**“

„Der Konkurrent macht das günstiger“

DAHINTER

Preisvergleich — meist ohne dass die Leistung wirklich vergleichbar ist.

SO GEHST DU VOR

Vergleichsangebot einholen und vergleichbar machen. Leistungsumfang, Qualität, Garantie und Termintreue gegenüberstellen. **Über den Wert sprechen, nicht über den Preis.**

Produktspezifische Einwände

DAHINTER

Eine konkrete fachliche Unsicherheit.

SO GEHST DU VOR

Sauber und ehrlich beantworten — mit **Referenzen und Beispielen**
Sicherheit geben.

„Das Budget gibt das nicht her“

DAHINTER

Echtes Budgetthema — oder der Wert ist noch nicht angekommen.

SO GEHT DU VOR

Prüfen, ob es wirklich am Budget liegt oder an der Priorität. Optionen anbieten: **Phasen, Varianten, Finanzierung.**

„Wir wollen erst etwas anderes vorziehen / Vorgewerk“

DAHINTER

Echte Reihenfolge — oder ein Aufschub.

SO GEHST DU VOR

Klären, ob es ein echter Hinderungsgrund ist. **Wenn ja:** Termin und Reihenfolge fixieren und dranbleiben. **Wenn nein:** nach dem echten Einwand suchen.

- Über die 60 in der Mitte entscheidest du.
- Der erste Einwand ist selten der echte.
- Erst abklären, dann festnageln, dann lösen.
- Kein Gespräch endet mit Unklarheit.
- Wer jetzt nicht kauft, kauft woanders.

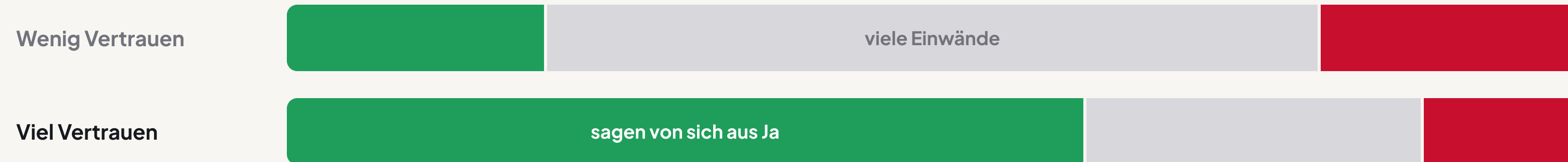
Ehrlich gesagt ...

Einwandbehandlung funktioniert. Aber sie ist **jedes Mal Arbeit.**

Jeden Einwand aufs Neue auflösen kostet Kraft — Gespräch für Gespräch. Die eigentliche Frage ist: **Was, wenn der Einwand gar nicht erst kommt?**

Je mehr Vertrauen, desto **weniger Einwände**.

Der beste Einwand ist der, der gar nicht erst kommt. Bei hohem Vertrauen sagen die Leute von sich aus Ja — ohne Preiskampf, ohne Nachfassen.



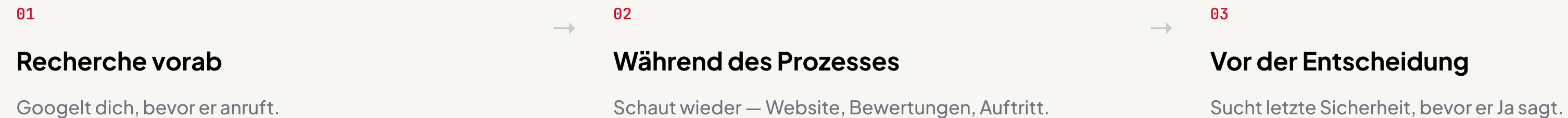
70-80 %
ABSCHLUSS BEI EMPFEHLUNGEN

Empfohlene Kunden haben schon **massiv Vertrauen aufgebaut**, bevor sie mit dir sprechen — deshalb diese Quote. **Stell dir vor, jede Anfrage wäre wie eine Empfehlung.**

Und das Wichtigste

Vertrauen entsteht **lange vor der Beratung.**

Der Kunde informiert sich über dich — vorher, während des Prozesses und kurz vor der Entscheidung. Jeder Berührungspunkt baut Vertrauen auf oder verbrennt es.



VERTRAUEN WÄCHST MIT JEDEM KONTAKT →

Die drei wichtigsten Säulen für Vertrauen.

Das Sichtbarkeitspaket bündelt sie — und baut Vertrauen auf, bevor der erste Einwand überhaupt entsteht.

01

Website, die Vertrauen aufbaut

Aus Besuchern werden Anfragen —
mit ein paar gezielten Hebeln.

02

Digitale Sichtbarkeit

Bei KI und Suchmaschinen
gefunden werden — seriös
und auffindbar.

03

Mere-Exposure-Effekt

Sichtbarkeit baut Vertrauen auf —
du begleitest den Kunden überall.

FUNDAMENT: VERTRAUEN

Säule 01

Deine Firmenwebsite.

Jeder, der bei dir kauft oder sich mit dir beschäftigt, besucht vorher deine Website — zu **100 %**.

Deine Ausstellung hältst du picobello — du weißt ja, jeder Kunde kommt rein. Deine Website sieht er **genauso**. Trotzdem wird sie vernachlässigt — und mancher entscheidet schon dort, die Ausstellung **nie zu betreten**, weil die Seite kein Vertrauen aufbaut.



Säule 02

Externe **Autoritäten.**

Im Kaufprozess fragt der Kunde andere — **direkt und indirekt**. Was diese externen Stimmen über dich sagen, entscheidet mit.

DIREKT GEFRAGT

Bewertungen & Referenzen

Was andere offen über dich sagen.

INDIREKT GEFUNDEN

KI & Suchmaschinen

Wenn jemand fragt, wirst du genannt — seriös auf jeder Quelle.

REGIOKI®

Regionale Autorität

Die erste Adresse genau dort, wo deine Kunden sind.

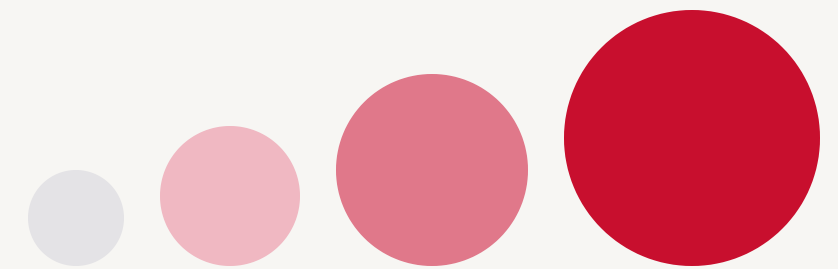
ONLINE-BEWERTUNGEN

Gute **und genügend** Bewertungen sind entscheidend — dranbleiben statt dem Zufall überlassen. Auch das lässt sich **aktiv steuern, wenn man weiß wie.**

Säule 03

Der unterschätzte **Mere-Exposure-Effekt**.

Je öfter dich jemand sieht, desto vertrauter und seriöser wirkst du. Du begleitest den Kunden gefühlt durch den ganzen Prozess — und bist präsent, wenn er entscheidet.



MEHR KONTAKTE → MEHR VERTRAUEN

Vorgewärmt ins Gespräch — und der Rest wird leicht.

Website

+

Digitale Sichtbarkeit

+

Mere-Exposure

+

Einwandbehandlung



Der Kunde informiert sich vorab, findet überall Seriöses, sieht dich immer wieder — und kommt schon vertrauensvoll ins Gespräch. Das Ergebnis: **eine hohe Abschlussquote, ohne dich aufzureißen.**

DER NÄCHSTE SCHRITT

Mach dein Vertrauen sichtbar.

Wir schauen uns gemeinsam an, wo dein größter Hebel liegt — unverbindlich und kostenfrei. Und du bekommst, genau wie im Webinar, direkt umsetzbare Ideen an die Hand, die sofort dein Vertrauen im Markt erhöhen.

BONUS

Entscheidest du dich für eine Zusammenarbeit, schenkt dir die OneQrew den ersten Monat — damit dein Vertrauen direkt aufs nächste Level kommt.

Kostenfreie Sichtbarkeitsanalyse vereinbaren

www.am-beratung.de/oq



Jetzt scannen

Kostenfreie Sichtbarkeitsanalyse