

Adi **LANG**

— MINDSET. SICHTBARKEIT. VERTRIEB.



DER 3-SCHRITTE SALES SHORTCUT

Wie du Abschlüsse holst, an denen 9 von 10 Mitbewerbern scheitern und warum die meisten Verkäufer bei der Einwandbehandlung genau das Falsche tun.

Ein Leitfaden von Adrian Lang

FÜR VERKÄUFER, SELBSTSTÄNDIGE & UNTERNEHMER

Warum dieser Leitfaden funktioniert

Der **3-Schritte Sales Shortcut** ist kein theoretisches Modell. Es ist eine praxiserprobte Methode, um bessere Abschlüsse und mehr Umsätze zu erzielen. Mein Team und ich wenden dieses System jeden Tag an. In Telefonaten, in Erstgesprächen, in Verhandlungen. Und das Spannende daran: Die meisten Abschlüsse entstehen bereits nach dem ersten Einwand. Nicht nach Stunden des Überzeugens, sondern in drei klaren Schritten, die wir konsequent umsetzen.

Mit dieser Methode haben wir die Business Schmiede von 0 aufgebaut. Wir sind als Startup gestartet und haben das Unternehmen in wenigen Jahren auf siebenstellige Jahresumsätze geführt. Heute arbeiten 12 Mitarbeiter/innen auf 600 m² eigenen Räumlichkeiten an exakt dem, was wir auch unseren Kunden vermitteln. Was wir lehren, leben wir täglich selbst.

Für wen dieser Leitfaden geeignet ist

Vorab:

Dieser Leitfaden ist nicht für jeden.

Er ist für dich, wenn du selbst im Vertrieb arbeitest.

Als Verkäufer, Selbstständiger oder Unternehmer und genau das gerade kennst:

Du hörst die Sätze „zu teuer“, „keine Zeit“ oder „ich überlege es mir noch“ öfter, als dir lieb ist.

Deine Gespräche laufen eigentlich gut, aber im letzten Drittel bricht der Abschluss überraschend weg.

Du spürst, dass du verbessern könntest, was du sagst, sobald ein Kunde zögert.

Du willst nicht länger darauf hoffen, dass Interessenten „irgendwann von selbst“ zurückkommen.

Wenn du dich darin wieder erkennst, lies weiter. Wenn du hingegen mit Verkaufsdruck und Härte arbeiten willst: Leg den Leitfaden besser zur Seite. Du bist hier falsch und das meine ich nicht abweisend, sondern ehrlich.

Die Wahrheit über Einwände

Die meisten Verkäufer behandeln Einwände wie Mauern. Sie wollen „überzeugen“, „umstimmen“ oder „den Kunden zurückholen“. Das Ergebnis kennst du selbst: Der Kunde fühlt sich gedrängt und springt ab.

Die Wahrheit ist: Einwände sind selten echte Gründe. Sie sind emotionale Schutzreaktionen. Ein „zu teuer“ heisst fast nie wirklich „zu teuer“. Es heisst: „Ich bin mir noch nicht sicher, ob du der oder die Richtige bist.“

Drei Wahrheiten, die ich in 28 Jahren Vertrieb gelernt habe

Wer gegen Einwände argumentiert, verliert. Argumente erzeugen Gegenargumente.

Wer Perspektivwechsel framed, gewinnt. Frames verändern den Blickwinkel des Kunden, nicht seine Meinung.

Wer Einwände gar nicht erst entstehen lässt, verkauft am leichtesten. Aber dazu gleich mehr.

Die 3-Stufen-Methode auf einen Blick

Bevor wir die häufigsten Einwände durchgehen, hier das Prinzip dahinter. Die Methode funktioniert immer in derselben Reihenfolge und genau das macht sie so leicht umsetzbar.

2

Erlaubnis holen

Niemals sofort argumentieren. Frag erst, ob dein Kunde eine andere Perspektive überhaupt hören möchte.

- „Darf ich Ihnen dazu noch eine andere Perspektive zeigen?“
- „Wären Sie offen für einen anderen Blickwinkel?“
- „Kann ich Ihnen trotzdem noch einen anderen Gedanken mitgeben?“

Das nimmt den Druck aus dem Gespräch. Und, das übersehen die meisten, es verändert die Machtdynamik: Dein Kunde gibt aktiv die Erlaubnis. Er ist jetzt offen.

1

Verständnis zeigen

Bevor wir die häufigsten Einwände durchgehen, hier das Prinzip dahinter. Die Methode funktioniert immer in derselben Reihenfolge und genau das macht sie so leicht umsetzbar.

- „Ich verstehe Sie.“
- „Das kann ich nachvollziehen.“
- „Das höre ich häufig.“

Was dadurch entsteht:
Wertschätzung, Vertrauen,
Verbindung und vor allem:
Weniger Widerstand.

3

Neue Perspektive eröffnen

Erst jetzt argumentierst du. Nicht mit Druck, sondern mit einer Verschiebung des Blickwinkels:

- Konsequenzen aufzeigen, statt Vorteile aufzählen.
- Zukunft sichtbar machen, statt Produkt verkaufen.
- Den Kunden selbst denken lassen, statt ihn zu belehren.

Die 7 häufigsten Einwände in der Praxis

1 „Das ist zu teuer.“

VERSTÄNDNIS:

„Ich verstehe Sie vollkommen. Im ersten Moment wirkt die Investition natürlich höher.“

ERLAUBNIS:

„Darf ich Ihnen dazu noch eine andere Perspektive zeigen?“

PERSPEKTIVE:

„Der Preis ist meist eine Frage des Zeitraums. Kurzfristig ist es etwas teurer. Langfristig entscheiden Qualität, Resultate und eingesparte Folgekosten und genau dort wird die Rechnung oft eine ganz andere.“

2 „Ich habe keine Zeit.“

VERSTÄNDNIS:

„Das verstehe ich absolut. Gerade erfolgreiche Menschen haben meistens viele Themen gleichzeitig.“

ERLAUBNIS:

„Darf ich Ihnen dazu eine andere Perspektive zeigen?“

PERSPEKTIVE:

„Oft ist genau das der Grund, warum eine Lösung sinnvoll wird. Denn die richtige Unterstützung spart Ihnen langfristig Zeit, Energie und unnötige Komplexität.“





3 „Ich habe bereits einen Anbieter.“

VERSTÄNDNIS:

„Das verstehe ich gut. Wenn eine Zusammenarbeit besteht, verändert man nicht einfach etwas.“

ERLAUBNIS:

„Darf ich Ihnen trotzdem kurz eine andere Perspektive zeigen?“

PERSPEKTIVE:

„Am Ende geht es nicht darum, ob man einen Anbieter hat, sondern ob man das maximale Potenzial ausschöpft. Erfolgreiche Unternehmen prüfen regelmässig neue Möglichkeiten.“

4 „Ich muss noch darüber nachdenken.“

VERSTÄNDNIS:

„Absolut verständlich. Wichtige Entscheidungen sollte man nicht überstürzen.“

ERLAUBNIS:

„Darf ich Ihnen dazu noch einen Gedanken mitgeben?“

PERSPEKTIVE:

„Oft bedeutet ‚darüber nachdenken‘ eigentlich, dass eine Unsicherheit offen ist. Genau deshalb lohnt es sich, Klarheit zu schaffen, damit Sie eine wirklich gute Entscheidung treffen können, egal in welche Richtung.“

5 „Ich sehe aktuell keinen Bedarf.“

VERSTÄNDNIS:

„Das verstehe ich. Im Alltag funktionieren viele Dinge zuerst einmal scheinbar gut.“

ERLAUBNIS:

„Darf ich Ihnen trotzdem kurz eine andere Perspektive zeigen?“

PERSPEKTIVE:

„Die spannendsten Entscheidungen entstehen oft nicht aus Druck, sondern aus Weitsicht. Viele Herausforderungen werden erst sichtbar, wenn sie bereits Umsatz, Zeit oder Wachstum kosten.“

6 „Ich habe schlechte Erfahrungen gemacht.“

VERSTÄNDNIS:

„Das kann ich sehr gut nachvollziehen. Schlechte Erfahrungen schaffen Vorsicht.“

ERLAUBNIS:

„Darf ich Ihnen trotzdem eine andere Perspektive zeigen?“

PERSPEKTIVE:

„Gerade schlechte Erfahrungen helfen dabei, heute bessere Entscheidungen zu treffen. Wichtig ist nicht, dass einmal etwas nicht funktioniert hat. Sondern ob heute ein klarer Prozess, Transparenz und echte Resultate vorhanden sind.“

7 „Warum sollte ich mit Ihnen arbeiten?“

VERSTÄNDNIS:

„Das ist eine absolut berechtigte Frage. Sie wollen die richtige Entscheidung treffen.“

ERLAUBNIS:

„Darf ich Ihnen dazu unsere Perspektive zeigen?“

PERSPEKTIVE:

„Der Unterschied liegt selten im Angebot selbst, sondern in der Art der Zusammenarbeit, der Erfahrung und der Fähigkeit, konkrete Resultate zu liefern. Genau darauf fokussieren wir uns.“

ACHTUNG: Hier kommt der Teil, den die meisten überlesen

Wenn du diese 7 Antworten auswendig lernst, wirst du kurzfristig bessere Abschlüsse erzielen. Aber du wirst auch etwas anderes merken:

DIE EINWÄNDE KOMMEN WEITER. IMMER WIEDER. BEI JEDEM NEUEN KUNDEN. BEI JEDEM NEUEN GESPRÄCH.

Und irgendwann stellst du dir die Frage: Warum eigentlich? Warum lande ich überhaupt jedes Mal in dieser Situation, in der ich „überzeugen“ muss?

Die Antwort ist unbequem. Und sie hat nichts mit deiner Verkaufstechnik zu tun.

Der eigentliche Hebel liegt vor dem Gespräch

Viele Unternehmer glauben, bessere Abschlüsse entstehen erst im Verkaufsgespräch. Die Realität sieht anders aus:

DIE BESTEN ABSCHLÜSSE ENTSTEHEN, BEVOR DAS GESPRÄCH ÜBERHAUPT BEGINNT.

Denn wenn du es schaffst, die richtigen Menschen anzuziehen, smartere Akquise zu nutzen, ein starkes Netzwerk aufzubauen und modernes Empfehlungsmarketing wirklich zu verstehen,

dann verändern sich deine Gespräche grundlegend. Einwände werden weniger. Vertrauen wird grösser. Abschlüsse werden einfacher.

Warum?

Weil Menschen heute nicht einfach „kaufen“. Sie kaufen Vertrauen. Sie kaufen Sicherheit. Sie kaufen Empfehlungen. Sie kaufen Beziehungen.

Genau deshalb reicht klassische Akquise heute nicht mehr aus. Die Unternehmen, die heute wachsen, kombinieren vier Bausteine:



1 Moderne Akquise

Klassische Kaltakquise verbrennt heute mehr Vertrauen, als sie aufbaut. Moderne Akquise heisst: Mit System und Vorqualifizierung an die richtigen Menschen herangehen, statt blind Telefonlisten abzuarbeiten. Wer hier sauber arbeitet, kommt in Gespräche, in denen der Lead bereits vorbereitet, interessiert und entscheidungsfähig ist.

2 Strategisches Networking

Netzwerk ist kein Sammeln von Kontakten, sondern das gezielte Aufbauen von Beziehungen zu Menschen, die dir entweder selbst Kunde werden oder dich an andere weiterempfehlen. Strategisches Networking bedeutet: Du weisst genau, mit wem du sprechen musst, warum und wie du Mehrwert lieferst, bevor du selbst etwas brauchst.

3 Psychologische Einwandbehandlung

Genau das, was du gerade in der Schmiede-Methode kennlernst. Sie ist ein zentraler Baustein, aber nur einer von vier. Auch die beste Einwandbehandlung kann strukturelle Schwächen in den anderen Bausteinen nicht dauerhaft ausgleichen.

4 Smartes Empfehlungsmarketing

Die meisten Unternehmer warten passiv auf Empfehlungen. Smartes Empfehlungsmarketing heisst: Empfehlungen werden systematisch generiert, nicht erhofft. Mit klaren Prozessen, dem richtigen Zeitpunkt und einer Sprache, die es Kunden leicht macht, dich weiterzuempfehlen.

DIE BESTEN ABSCHLÜSSE ENTSTEHEN AUS DER KOMBINATION DIESER VIER DISZIPLINEN.

du nur an einer Stellschraube drehst, wirst du kurzfristige Resultate sehen. Wenn du aber alle vier sauber integrierst, baust du dir einen Vertrieb,

der planbar funktioniert und nicht von der Tagesform Einzelner abhängt.

Die Einwandbehandlung ist deshalb nicht das Ende des Verkaufsprozesses, sondern nur ein Baustein eines deutlich grösseren Systems.

Und genau dieses System ist die Grundlage meiner Arbeit.

Über Adrian Lang

Die meisten Vertriebsergebnisse in KMU hängen an einzelnen Personen, einzelnen Tagen, einzelnen Stimmungen. Genau das möchte ich ändern. Mit Vertriebsprozessen, die strukturiert, messbar und im Alltag umsetzbar sind.

Als Gründer und Mitinhaber der Business Schmiede Schweiz arbeite ich seit mehreren Jahren mit Unternehmern und Geschäftsführern zusammen, die ihren Vertrieb professionalisieren und planbar steuern möchten. Mit über 28 Jahren Verkaufserfahrung fließen Erkenntnisse aus zahlreichen Projekten direkt in die Entwicklung praxisnaher Vertriebsstrukturen ein.

Im Mittelpunkt steht für mich eine klare Überzeugung: Vertrieb wird nicht individualisiert, sondern systematisiert. Prozesse, Gesprächsführung, Angebotslogik und Steuerung baue ich so auf, dass Ergebnisse nachvollziehbar entstehen und nicht von der Tagesform Einzelner abhängen.



Wie es jetzt weitergeht

Du hast jetzt zwei Möglichkeiten.

Möglichkeit 1

Du schliesst diesen Leitfaden, probierst die 7 Antworten morgen im nächsten Gespräch aus und wirst **kurzfristig bessere Resultate sehen**. **In drei Monaten stehst du aber mit hoher Wahrscheinlichkeit wieder dort, wo du heute stehst**. Weil sich an der Struktur deiner Gespräche nichts verändert hat.

Möglichkeit 2

Du sprichst mit uns. In einem **kostenlosen Strategiegelgespräch** schauen wir gemeinsam, wo dein eigentlicher Hebel liegt und ob das, was ich tue, überhaupt zu dir passt.

Buch dir dein kostenloses Strategiegelgespräch

Im Gespräch zeigen wir dir

Wo aktuell dein grösstes Vertriebspotenzial ungenutzt bleibt.

Welche der vier Bausteine (Akquise, Networking, Einwandbehandlung, Empfehlungsmarketing) bei dir den grössten Umsatzhebel hat.

Ob, und wenn ja, wie, eine Zusammenarbeit für dich Sinn ergeben würde.

 **TERMIN BUCHEN:**

Wenn du diesen Leitfaden bis hierhin gelesen hast, gehörst du nicht zu den 95 %, die Inhalte konsumieren und nichts verändern. Du gehörst zu den 5 %, die wirklich an ihrem Erfolg arbeiten. Genau mit diesen Menschen arbeite ich am liebsten.