

Einwand- behandlung.

Wie du die häufigsten Einwände entwaffnest, mit Sprache, die verkauft. Kein Auswendiglernen. Sechs Methoden, sauber durchexerziert.

DER EMPFEHLUNGSPROFI

Thore Friedrichs.

Experte für Empfehlungsmarketing & Einwandbehandlung

Kein Theoretiker, Thore steht selbst täglich an der Front und weiß, was im heutigen Markt **wirklich** funktioniert. Seine Methoden machen aus kalten Kontakten zahlende Kunden und aus Kunden aktive Weiterempfeher.

 **3.247**
VERTRIEBLER GESCHULT


 **100+**
INHOUSE-TRAININGS

 **40+**
GESCHULTE BRANCHEN

 **90 Tage**
UMSATZ-PLAN INKLUSIVE

★ 4,9 / 5 • 545 BEWERTUNGEN

 Instagram

 YouTube

 LinkedIn

 Podcast

Drei Teile, sechs Methoden, **null Bullshit.**

I.	Echte Einwände, was Kunden wirklich schreiben	04-05
II.	Die acht Klassiker und deine Reaktionen	06-13
III.	Sechs Methoden, wenn dir keine Antwort einfällt	14-23
IV.	Anwenden, üben, abschließen	24-26
V.	Einwandbehandlung Pro, das komplette System als Videokurs	27-30

– KAPITEL I

Was Kunden **wirklich** schreiben.

Bevor wir Antworten lernen, schauen wir uns an, wie ein Einwand **wirklich** klingt. Drei reale Nachrichten, kein Drehbuch, keine Idealwelt.

EINWAND #1

„Zu teuer.“

Der häufigste Einwand. Fast nie ist der Preis das Problem. Meistens ist es fehlender Wert, oder fehlendes Vertrauen.



@markus_b · DIREKTNACHRICHT

„Hey, danke für deine Nachricht. Sieht alles gut aus, aber ehrlich gesagt ist mir das gerade **zu teuer**. Vielleicht in ein paar Monaten.“

– KAPITEL II

Die acht **Klassiker**.

Acht Einwände, die in 90 % aller Verkaufsgespräche auftauchen. Pro Einwand: mehrere fertige Reaktionen, wähl die, die zu dir passt.

01 EINWAND

„Das ist zu teuer.“

Sechs Wege, den Einwand umzudrehen, von der direkten Frage bis zum „und gerade **deshalb**“.



Stockfoto: Preis & Wert

01

Verstehe ich. Im Vergleich zu was genau ist es zu teuer?

02

Genau deshalb sollten wir reden, weil sich der Preis schnell amortisiert.

03

Was wäre denn ein Preis, bei dem du sofort starten würdest, und warum?

04

Wenn der Preis nicht das Thema wäre, würden wir dann jetzt zusammenarbeiten?

05

Was ist dir wichtiger: der niedrigste Preis, oder das Ergebnis, das du dir vorgenommen hast?

06

Wir haben Erfolg seit Jahren, nicht weil wir die günstigsten sind, sondern weil wir liefern. Wie wichtig ist dir Qualität?

02 EINWAND

„Keine Zeit.“

Zeit ist eine Frage von Prioritäten, nicht von Verfügbarkeit. Drehe den Spieß um.



Stockfoto: Uhr / Zeitdruck

01

Verstehe ich. Genau deshalb dauert unser Gespräch nur 20 Minuten, danach weißt du, ob es sich lohnt.

02

Was wäre denn, wenn du nach unserem Termin pro Woche 5 Stunden mehr Zeit hättest?

03

Wann fängt die nächste ruhigere Phase an? Lass uns für danach einen festen Slot blocken.

04

Wenn nicht jetzt, wann dann? Drei Monate später hast du das gleiche Problem nochmal.

03 EINWAND

„Wir haben schon einen Lieferanten.“

Gut, dann gibt es etwas zu vergleichen. Niemand bleibt aus Liebe.



Stockfoto: Handschlag / Partner

- 01** **Genau deshalb** sollten wir reden, du kannst direkt vergleichen und siehst, wo du Potenzial liegen lässt.
- 02** **Was läuft heute schon richtig gut**, und wo wünschst du dir, es würde noch besser laufen?
- 03** **Verstehe.** Wenn dein aktueller Lieferant heute wegfallen würde, wer wäre dein Plan B?
- 04** **Ein zweiter Anbieter** ist keine Untreue, er ist Versicherung. Lass uns reden.
- 05** **Was müsste passieren**, damit du wechseln würdest? Daran sehen wir, ob wir relevant sind.

04 EINWAND

„Kein Budget.“

„Kein Budget“ heißt fast immer: nicht wichtig genug. Mach es wichtig.



Stockfoto: Budget & Zahlen

01

Verstehe. Wenn du übermorgen einen Mitarbeiter neu einstellst, woher kommt das Budget? Genauso ist es hier: **jede** Investition rechnet sich, wenn sie das richtige Problem löst.

02

Was würde es kosten, das Problem ein weiteres Jahr nicht zu lösen? Lass uns die Zahl mal nebeneinander legen.

MERKE

Budget ist nie ein Fakt, Budget ist eine Reihenfolge.

05 EINWAND

„Ich muss es mir überlegen.“

Der höflichste Weg, „Nein“ zu sagen, oder ein echtes Hindernis. Find heraus, was es ist.



Stockfoto: Entscheidung

01

Absolut. Was genau willst du dir überlegen, Inhalt, Preis, Zeitpunkt?

02

Auf einer Skala von 1–10: Wo stehst du gerade? Und was fehlt dir bis zur 10?

03

Welche Frage müsste ich dir jetzt beantworten, damit aus „überlegen“ ein „los geht's“ wird?

04

Lass uns das jetzt zusammen durchdenken. Drei Minuten, danach hast du Klarheit, in beide Richtungen.

06 EINWAND

**„Ich muss
noch weitere
Angebote
einholen.“**

Vergleichen ist legitim. Aber
Vergleich ohne Kriterien ist
nur Verzögerung.



Stockfoto: Angebote vergleichen

01

Sehr klug. Was sind denn deine drei wichtigsten Kriterien für die Entscheidung?

02

Worauf wirst du beim Vergleich besonders schauen, Preis, Leistung, Tempo, Mensch?

03

Wann triffst du die Entscheidung? Lass uns für direkt danach 15 Minuten reservieren, falls du Fragen hast.

Drei Klassiker, schnell entwaffnet.

MIT DEM PARTNER

07

„Erst mit Partner sprechen.“

- Sehr gut. Was glaubst du, wie er reagieren wird? Und: Wenn er Ja sagt, sind wir dann sofort drin?
- Wäre es eine Option, ihn jetzt kurz mit dazu zu holen, 5 Minuten?

EINE NACHT DRÜBER SCHLAFEN

08

„Ich schlaf nochmal drüber.“

- Klar. Welche Frage hoffst du, dass die Nacht beantwortet, und können wir die jetzt schon klären?
- Wenn du morgen früh Ja sagst, was ist heute der Unterschied?

„NUR VERKAUFEN“

09

„Du willst mir nur verkaufen.“

- Stimmt, wenn es passt. Wenn es nicht passt, sag ich es dir auch sofort. Deal?
- Ich verkaufe dir nichts, ich zeig dir was. Entscheiden tust du.

– KAPITEL III

Sechs Methoden.

Wenn dir keine Antwort einfällt, greif auf eine dieser Methoden zurück.
Sie funktionieren bei **jedem** Einwand.

01 METHODE

„Verstehe ich“ + Frage.

Erst spiegeln, dann fragen. So nimmst du dem Einwand die Energie und gewinnst die Information, die du brauchst.

SCHABLONE

»Verstehe ich gut.«

»Damit ich dich richtig einordnen kann, [deine Frage]?«

WARUM ES WIRKT

Wer sich verstanden fühlt, verteidigt nicht.

02 METHODE

„Genau deshalb“

Dreh den Einwand zum Argument **für** dich um.
Was er gerade gesagt hat, ist der Grund
warum er kaufen sollte.

BEISPIELE

– ZU TEUER

„Genau deshalb sollten wir reden, damit du nicht jedes Jahr drauf zahlst.“

– KEINE ZEIT

„Genau deshalb dauert das Gespräch nur 20 Minuten.“

– LIEFERANT

„Genau deshalb kannst du jetzt vergleichen, wo Potenzial liegt.“

03 METHODE

Zurück zur **Bedarfsermittlung.**

Der Kunde zögert, also fehlt etwas. Statt zu argumentieren: zurück, fragen, klären.

01 • FORMULIERUNG

„Das zeigt mir, dass wir noch nicht alles richtig besprochen haben. Welche Information fehlt dir noch?“

02 • FORMULIERUNG

„Das zeigt mir, dass irgendwo noch der Schuh drückt. Wo drückt er denn genau?“

03 • FORMULIERUNG

„Welche drei Fragen müssten jetzt beantwortet sein, damit du heute entscheiden könntest?“

04 • FORMULIERUNG

„Lass uns gemeinsam überlegen, was siehst du im Angebot, das noch nicht passt?“

04 METHODE

Warum-Doch.

Lass den Kunden sich selbst den Grund verkaufen, **warum doch**, heute, mit dir.

FORMULIERUNGEN

- Was wäre denn ein **Grund**, heute zu starten?
- Was muss jetzt passieren, damit du sagst: **das mache ich?**
- Was müsste mein Angebot leisten, dass es für dich ein klares Ja ist?
- Was würdest du dir wünschen, das wir besprechen, bevor du zusagst?

MINI-DIALOG

- KUNDE** „Ich brauch noch einen Preisnachlass.“
- BERATER** „Wie viel hattest du dir vorgestellt?“
- KUNDE** „1.000 €.“
- BERATER** „Wenn ich dir die 1.000 € gebe, startest du dann sofort?“
- KUNDE** „Ja.“
- BERATER** „**Das kann ich nicht, und genau aus diesem Grund solltest du heute starten.**“

05 METHODE

Bumerang.

Schmeiß den Einwand zurück, er kommt als Argument **für** dich wieder.

Schablone: „**Und das ist genau der Grund, weshalb...**“

01 SCHON JEMANDEN

„Genau der Grund, weshalb wir reden sollten, damit du vergleichen kannst, ob ihr schon das Maximum holt.“

02 WILL ÜBERLEGEN

„Genau der Grund, heute zu starten, willst du wirklich nochmal sechs Monate warten?“

03 ZU TEUER

„Genau der Grund, du hast ja gesagt, Qualität ist dir wichtig.“

04 KEINE ZEIT

„Genau der Grund, 20 Minuten heute, damit du in Zukunft Stunden gewinnst.“

06 METHODE

Einwand → Wunsch.

Hinter jedem Einwand steht ein Wunsch. Mach den Wunsch sichtbar. Schablone:

„Dann ist es dir wichtig, dass ..., richtig?“

WILL NICHT VERKAUFEN

WUNSCH

Spaß am Job, kein Druck, nur Empfehlung.

„Wenn ich dir zeige, dass es kein Verkaufen ist, sondern Empfehlen, würdest du loslegen?“

KEINE ZEIT

WUNSCH

In Zukunft Zeit gewinnen, nicht verlieren.

„Dann ist es dir wichtig, dass du in Zukunft mehr Zeit hast, richtig? Genau dafür sind die 20 Minuten.“

ZU TEUER

WUNSCH

Geld optimal investieren, nicht sparen.

„Dann ist dir wichtig, dass jeder Euro optimal investiert ist, richtig? Genau dafür sitzen wir hier.“

Sechs Methoden, **eine Logik.**

AIKIDO

01

„Verstehe ich“ + Frage

Spiegeln, dann diagnostizieren.
Energie raus, Information rein.

REFRAME

02

„Genau deshalb“

Den Einwand zum Argument **für**
dich umdrehen.

DIAGNOSE

03

Zurück zur Bedarfsermittlung

Statt verteidigen: Lücke finden
und schließen.

WARUM-DOCH

04

Den Grund liefern lassen

Der Kunde sagt dir selbst,
warum er kaufen sollte.

BUMERANG

05

„Genau der Grund, weshalb...“

Werf den Einwand zurück, er
kommt als Verkaufsargument
an.

WUNSCH

06

Einwand → Wunsch

Den Wunsch hinter dem
Widerstand sichtbar machen.

80%

aller Einwände sind *Bitten um mehr Information*, keine Absagen.

MINDSET-SHIFT

Einwand ist Interesse. Wer nicht fragt, kauft auch nicht.

Behandle jeden Einwand wie ein Geschenk: Er sagt dir genau, wo dein Kunde steht, und was zwischen ihm und dem Ja steht.



IM GESPRÄCH

Jeder Einwand ist ein Signal

Drei Regeln, die **immer** gelten.

**I.****REGEL 1****Niemals verteidigen.**

Wer verteidigt, hat innerlich verloren. Frage stattdessen, Fragen führen, Antworten enden.

**II.****REGEL 2****Pause aushalten.**

Nach deiner Frage: Mund zu.
Drei Sekunden Stille verkaufen
mehr als drei Minuten
Argumente.

**III.****REGEL 3****Sauber abschließen.**

Nach jedem behandelten
Einwand: zurück zum
Abschluss. „**Sind wir uns einig?**“

– ÜBUNG

Pro Tag **einer.**

Wähl jeden Tag **einen** Einwand. Notier dir vorher deine Antwort, und probier sie im echten Gespräch.

Mo

Zu teuer., Welche Methode wendest du an?

Di

Keine Zeit., Schreib drei Antworten auf.

Mi

Schon Lieferant., Wo liegt der wahre Wunsch?

Do

Kein Budget., Was kostet das Nicht-Lösen?

Fr

Überlegen., Welche Frage löst die Blockade?

– MERKSATZ

Einwand = Einladung.
Frage > Argument.
Pause > Druck.

Drei Sätze. Mehr brauchst du nicht. Drucken, an den Bildschirmrand, fertig.

Jetzt **raus** und **üben.**

Einwände gewinnt nicht, wer die meisten Antworten **kennt** — sondern wer sie am häufigsten **ausspricht**.

8 EINWÄNDE

6 METHODEN

3 REGELN

1 MANTRA

NEUER VIDEOKURS

SOFORTZUGRIFF PER MAIL • LEBENSLANGER ZUGRIFF

Verwandle jedes „Zu teuer“ in ein klares Ja.

18 Skripte, mit denen ich jeden Einwand auflöse, **ohne Rabatt** zu geben und ohne ewige Diskussion. Das komplette **V.I.L.-System** als Videokurs, ab dem nächsten Gespräch einsetzbar.

4,9

AUS 2.300+
BEWERTUNGEN

18

SKRIPTe SOFORT
EINSETZBAR

2.300+

VERKÄUFER
AUSGEBILDET

KURS SICHERN →

SOFORTZUGRIFF • LEBENSLANG



SCANNEN & STARTEN
EINWANDBEHANDLUNGPRO

Sechs Werkzeuge. **Ein** System.

8 THEMENBLÖCKE

18 WORT-FÜR-WORT-SKRIPTE



01 • KERN-METHODE

Das V.I.L.-System

Verständnis · Isolierung · Lösung, die 3-Schritte-Formel, die jeden Einwand in eine Kaufentscheidung dreht.



02 • COLD-CALL

Die 5 Fragen deines Entscheiders

Was sich jeder Kunde in den ersten 30 Sekunden fragt, beantwortet, bevor er sie überhaupt stellt.



03 • REFRAME

Die Bumerang-Methode

Jeder Einwand wird zu deinem stärksten Abschlussgrund, bei Preis, Zeit, Konkurrenz und Bedenkzeit.



04 • SPRACHE

Hypnotische Sprachmuster

„Nur mal angenommen“, „Wenn-dann“, „Gesetzt den Fall“, Muster, die Kaufbereitschaft erzeugen.



05 • DIAGNOSE

Einwand oder Vorwand?

Die eine Frage, die in 10 Sekunden klärt, ob du gegen ein echtes Hindernis oder eine Ausrede kämpfst.



06 • PRAXIS

18 Wort-für-Wort-Skripte

Für die häufigsten Einwände der Praxis, komplett ausformuliert, ab dem nächsten Gespräch einsetzbar.

Was dich jeder Monat ohne System **kostet**.

Drei verlorene Closings im Monat zu je 2.000€ Auftragswert, Geld, das in fremde Taschen wandert, weil dir auf den entscheidenden Einwand die Antwort gefehlt hat.

PRO MONAT

6.000 €

Entgangener Umsatz bei nur 3 verlorenen Closings.

PRO JAHR

72.000 €

Geschäft, das nie in deiner Kasse landet. Konservativ gerechnet.

DIE LÖSUNG

18

Skripte, die genau diese Antworten liefern, einmal lernen, lebenslang nutzen.

Ein einziges zurückgewonnenes Closing pro Monat, und das System hat sich **längst** bezahlt gemacht.

KURS SICHERN →

KEIN ABO • EINMALZAHLUNG • LEBENSLANGER ZUGRIFF
• KÄUFERSCHUTZ ÜBER DIGISTORE24

Beim nächsten „Zu teuer“ hast du eine **Antwort**.

Du kannst weiter improvisieren, oder dir das System holen und die Skripte in deine nächsten **2.000 Gespräche** mitnehmen.



„In der ersten Woche drei Termine geclosed, die ich vorher verloren hätte. Das V.I.L.-System ist Gold wert.“



Marco S.
Selbstständiger Vertriebler



„Endlich konkrete Sätze statt Theorie. Die Bumerang-Methode hat bei meinem letzten Closing den Unterschied gemacht.“



Julia K.
Coach & Unternehmerin



JETZT SCANNEN
EINWANDBEHANDLUNGPRO

KURS SICHERN →