

LARS GROSENICK

Schneller picken (11): Verkaufsabschluss durch Verknappung

Die Seele des Verkaufens ist der Abschluss, die Vertragsunterzeichnung. Der Abschluss ist das Ziel, das jeder Verkäufer letztlich anstrebt. Oft ist aber die Angst vor dem „NEIN“ des Interessenten so groß, dass die Frage nach dem Abschluss ersatzlos entfällt.



Die Immobilie entspricht den Vorstellungen, der Interessent ist angetan und auch die Finanzierung steht auf soliden Beinen. Warum also kommt es zu keinem Abschluss? Vor dieser großen Chance stehen wir Makler häufiger, als uns lieb ist. Weit mehr als 100 Abschluss-techniken (Abschluss = Closing) sind bekannt. Welche Abschluss-technik gewählt wird, hängt von individuellen Vorlieben und dem persönlichen Mut ab, ein klares NEIN zu erhalten.

Abschluss durch Verknappung

„Today only“ wird dieser Abschluss in der amerikanischen Literatur genannt. „Today only“ zielt darauf ab, durch Verknappung bei den Interessenten eines bestimmten Angebots einen Entscheidungsdruck aufzubauen. Ein besonders eindrucksvolles Beispiel, wie Werbe-

maßnahmen gezielt eingesetzt werden können, ist der Wüstenrot-Fuchs von Schwäbisch Hall. „Am 31.12. ist Wüstenrot-Tag“, erklärt er in diversen Werbetrailern regelmäßig im Herbst und bewegt die Verbraucher zu einem zeitigen Entschluss für den Bausparvertrag.

Der Shoppingsender QVC, den Sie auf den hinteren Programmplätzen Ihrer Fernbedienung finden, bietet 24 Stunden täglich kostenloses Verkaufstraining. QVC setzt mittels Verknappungsstrategien stündlich große Mengen aufregender Produkte um.

Das Vorgehen des Senders hat wirklich Klasse: QVC beginnt mit einem sogenannten Einführungspreis, der nur zu diesem Zeitpunkt gilt, oder bietet alternativ ein „Goody“ für die ersten 100 Anrufer. Das kann das Salatbesteck zur Kristallschüssel sein, oder das Schraubenzieher-Set zur Bohrmaschine. Die

Schneller Picken!

Stellt man sich den Gesamtmarkt der Wohnimmobilien als Kuchen vor, so ist die Größe des Kuchens in Abhängigkeit von der Konjunktur mal größer oder mal kleiner. Für den Einzelnen geht es aber nicht um den Gesamtmarkt (Kuchen), sondern um die Krümel. In dieser Reihe stellen wir Methoden vor, einfacher und schneller an die Krümel zu kommen: Schneller picken – durch gezieltes Abschließen mit entscheidungsbereiten Interessenten.

transportierte Botschaft ist simpel: Wer sofort kauft, erhält eine Belohnung, wer sich nicht gleich entscheidet, geht leer aus.

Weg ist weg!

Besonders spannend und einfach stellt sich die Verknappungs-Strategie im Immobilienvertrieb dar. Gebrauchte Objekte sind stets Einzelstücke, und ich als Makler entscheide, wer künftig aus dem Fenster schaut. Da haben wir es deutlich leichter als Markenartikelverkäufer, deren Produkte es an jeder zweiten Straßenecke gibt.

Hier ist es im Prinzip einfacher: Wenn die Immobilie weg ist, ist sie weg, das weiß auch jeder Interessent. Gerade aus diesem Grund ist die Gefahr groß, allzu offensiv den unbekanntesten zweiten Interessenten ins Spiel zu bringen.

Gezielt platziert und clever kommuniziert, kann das Verknappen eines Gutes den gewünschten Effekt des „Zugreifen, bevor es weg ist“ erzielen. Der Erfolg des Bieterverfahrens, das der Autor in dieser Kolumne unter „Schneller Picken“ Teil 4 und 5 vorgestellt hat, beruht auf dem Sichtbarmachen der anderen Kaufinteressenten. Wird die Verknappung jedoch unglaublich eingesetzt, läuft der Makler Gefahr, seine Glaubwürdigkeit zu verlieren und bei Nichtverkauf einen Absturz zu riskieren.

Um dem entgegenzuwirken, können rhetorische Strategien als gezielte Kommunikatoren eingesetzt werden: „Frau Mustermann, ich kann Ihnen auch nicht sagen, wie schnell Sie sich entscheiden müssen. Ich weiß nur, dass gestern schon jemand hier war, der sich sehr für die Immobilie interessierte...“. Den Sachverhalt – kaufen Sie sofort, sonst hat sich morgen ein anderer das Haus gesichert – auf diese Weise zu umschreiben, löst auf eine feinfühlig Art einen hohen Entscheidungsdruck aus,

ohne direkt mit der sprichwörtlichen Tür ins Haus zu fallen.

Verknappung bei Bauträgerobjekten

Als Sonderfall der Strategie „Abschluss durch Verknappung“ gelten Bauträger. Entscheidungsdruck aufzubauen, wenn rechts und links jeweils fünf identische Reihenhäuser stehen, fällt schwer und benötigt eine besondere Verknappungsstrategie. Für diese Verkaufsaufgabe existieren verschiedene Lösungsansätze:

1. Individualisierung: Statten Sie ein Haus mit einer Dachlaube aus, ein anderes erhält dafür einen kleinen Wintergarten neben dem Esszimmer. Das Haus am Ende der Reihe ist blassgelb gestrichen und hat Holzfensterläden, das in der Mitte gelegene strahlt in weiß und hat grüne Fensterläden. Das Ziel ist klar: Durch die Individualisierung werden verschiedene Vorlieben und verschiedene Käufertypen angesprochen. Sobald dies gelungen ist, kann auch wieder Entscheidungsdruck ausgeübt werden.

2. Andere Ausstattung: Jedem Haus eine andere Ausstattung zu geben, zielt auf dasselbe Prinzip wie die Individualisierung. Hier können bestenfalls völlig verschiedene Stiltypen angesprochen werden, denn Terrakottafliesen und Holzgeländer werden nie dieselben Kunden ansprechen wie eichenes Stäbchenparkett und ein weißes Hochglanzbad mit Abschlusszierleiste.

■ **Statten Sie ein Haus mit einer Dachlaube aus, ein anderes erhält dafür einen kleinen Wintergarten neben dem Esszimmer.**

3. Namen geben: So eigenartig es klingt, aber die meisten Menschen verbinden Namen mit bestimmten Charakteren, Ereignissen oder Orten. Diese Charaktere sind häufig geprägt durch die Zielgruppen, der die Menschen angehören, also Familie, Verwandte und nahe Freunde, durch die Medien oder durch Erfahrungen, gesammelt in einem Urlaubsland. Abhängig von Lage, Preis und potenzieller Käuferschicht lohnt es sich also durchaus, Kreativität zu beweisen. Ob „Aqua Azur“, „Villa Rosa“, „Sunny Hills“ oder „Magdalenas Platz“:

auch hier ist das Identifikationspotential der Interessenten nicht zu unterschätzen.

4. Wenn der Bauträger hier nicht mitspielt, gibt es weitere Möglichkeiten. Zum Beispiel: „Aufgrund gegebener Handwerkerkapazitäten haben wir mit dem Innenausbau-Handwerker verhandelt, dass drei Häuser garantiert rechtzeitig fertig sind, damit Sie Heiligabend im neuen zu Hause verbringen können.“

Vielleicht sind auch andere Ressourcen knapp. In Baden-Württemberg etwa, wo die Notare Beamte sind, kann auch schon der vorbereitete Notartermin eine entsprechende Wirkung haben.

5. Glaubwürdig angekündigte Preiserhöhungen wirken wahre Wunder. Gegebenfalls hilft hier ebenfalls, die Politik mit der bevorstehenden Mehrwertsteuererhöhung, die unsere Käufer ja auch voll trifft.

6. Von taktischen Verknappungen durch vermeintlich echte Reservierungen von Häusern und Wohnungen wird hier stark abgeraten. Auch wenn unser Interessent

die Lüge nicht nachweisen kann, spürt er sie doch unterschwellig im Bauch.

Die Wirkung der Verknappung ist übrigens besonders stark, wenn zuvor der Nutzwert für den Kunden erarbeitet und herausgestellt wird und durch die Abschlusstechnik sensibel kommuniziert wird – aber Einfühlungsvermögen versteht sich für den Makler ja sowieso von selbst. Viel Erfolg bei Ihrer Verknappungsstrategie. ◀



Lars Grosenick

Makler aus Leidenschaft & Vorstand der FlowFact AG
Für Anregungen und Kritik zu erreichen unter: lars.grosenick@flowfact.de

www.IMS-2000.de
Maklersoftware
IMS 2000
 Die professionelle Softwarelösung für Ihren Erfolg...
 Fordern Sie Ihre kostenlose Demo-CD an:

 igeda GmbH - Ingenieurgesellschaft für Datentechnik
 Kesselstrasse 78 • 52076 Aachen
 Tel.: 02408 - 3628 • Fax: 02408 - 3617
 e Mail: info@igeda.com