

Online Marketing & Sales

# DIE 6 HÄUFIGSTEN KAUFEINWÄNDE BEHANDELN

---

Wie du die 6 häufigsten Kaufeinwände behandelst, um online endlich mehr zu verkaufen.

[WWW.KAPLONY.DE](http://WWW.KAPLONY.DE)

# INHALTSVERZEICHNIS

-01-

**DEIN ANGEBOT IST ZU TEUER**

-02-

**ICH VERTRAUE DIR NICHT**

-03-

**ICH VERTRAUE MIR NICHT**

-04-

**ICH BRAUCHE ES JETZT NICHT /DAS KANN WARTEN**

-05-

**ICH HABE KEINE ZEIT DAFÜR**

-06-

**PRODUKTSPEZIFISCHE EINWÄNDE**

-07-

**BONUS: EINWÄNDE VORWEGNEHMEN**



## DEIN ANGEBOT IST ZU TEUER

Bei diesem Einwand erkennt der potentielle Kunde den Wert für sich nicht. In seinen Augen ist es die Investition nicht wert. Diesen Einwand, kannst du durch deine gesamte Nutzenkommunikation entkräften.

Aber was bedeutet „Nutzenkommunikation“? Es geht hier einfach darum, dass du deine Kommunikation anpasst & dein Produkt schmackhaft machst, indem du nicht mehr das Produkt, sondern die LÖSUNG verkaufst und es so formulierst, dass dein potentieller Kunde versteht, dass er dein Produkt braucht (und es letztendlich auch kauft).

Und wie kommunizierst du den Wert nun richtig? Ganz einfach: Sage nicht nur WAS du bietest, sondern sage, was das dem Kunden bringt. Stelle dir immer die Frage „Was konkret bringt das meinem Kunden?“ Verkaufe also nicht die Fakten deines Produktes, sondern die Vorteile für den Kunden und male ihm ein Bild in den Kopf!

**BEISPIEL:** Verkaufe nicht den Fernseher im Laden, sondern den gemütlichen Fernsehabend mit Netflix & Freunden.

ODER:

Verkaufe keinen Online-Kurs, der bei XY hilft, sondern endlich wieder mehr Zeit für Familie & Freunden.

**TIPP:** Durch deine Marktrecherche. Durch eine gute Marktrecherche erhältst du nämlich alle Informationen, direkt von deinen Wunschkunden.

# -02-

## ICH VERTRAUE DIR NICHT

Ein weiterer Einwand ist fehlendes Vertrauen dir gegenüber.

Potentielle Kunden dürfen nicht den Eindruck haben, dass du eine anonyme Person bist, über die man nichts weiß. Denn wenn man gar nichts über dich weiß, ist die Skepsis zu hoch, um bei dir zu kaufen.

Das kannst du entkräften, indem du:

- Eine Über-Mich-Seite auf deiner Website erstellst
- Eine Über-Mich-Box auf deiner Sales Page erstellst
- Dich sichtbar machst z.B. auf Instagram oder YouTube

Wenn du allerdings zu marktschreierisch bist, dann werden potentielle Kunden sehr schnell skeptisch. Pass also auf, dass deine Aussagen nicht zu reißerisch sind.

**TIPP:** Aus verkaufpsychologischer Sicht ist Sympathie ein wesentlicher Kauffaktor. Gib also wirklich ein wenig über dich selbst preis und Sorge für „Eisbrecher“. Eisbrecher könnten z.B. sein, dass du preisgibst, was dein liebstes Hobby ist, was du in der Freizeit machst, wie dein Hund heißt usw. Also einfach eine Prise Persönlichkeit, um das Eis zu schmelzen 😊



## ICH VERTRAUE MIR NICHT

Wenn dein Angebot nach zu viel Arbeit und/oder zu kompliziert klingt, wird dein potentieller Kunde denken, dass er nicht in der Lage ist, das Ziel zu erreichen.

Aus verkaufpsychologischer Sicht steigt die Kaufwahrscheinlichkeit, sowohl mit der Zielerreichung als auch mit der persönlichen Bedeutung des Ziels. Das bedeutet, dass dein Produkt noch so toll und einfach umsetzbar sein kann, wenn es für den potentiellen Kunden nicht wichtig ist, wird er nicht kaufen (logisch).

ABER, wenn der potentielle Kunde sein Ziel UNBEDINGT erreichen möchte, dein Produkt aber super kompliziert klingt, wird er genauso wenig kaufen.

**Stell dir das mal auf einer Skala von 1-10 vor. Je höher die Zahl, desto besser:**

Persönlicher Wert das Ziel zu erreichen = 7

Traut der potentielle Kunde sich das zu = 3

> Erwartung der Zielerreichung mal persönlicher Wert:  $7 \times 3 = 21$

Persönlicher Wert das Ziel zu erreichen = 5

Traut der potentielle Kunde sich das zu = 9

> Erwartung der Zielerreichung mal persönlicher Wert:  $5 \times 9 = 45$

**Bedeutet:** Potentielle Kunden kaufen aus verkaufpsychologischer eher ein Produkt, bei dem sie sich die Zielerreichung eher zutrauen, als das bessere Produkt, welches komplizierter klingt.

**TIPP:** Verpacke dein Angebot besser in eine Schritt-für-Schritt-Anleitung oder in ein System/eine Methode und vermittele ganz klar, wie die Schritte aussehen und welche Vorteile sie liefern.

## ICH BRAUCHE ES JETZT NICHT / DAS KANN WARTEN

Potentielle Kunden wissen, dass sie dein Angebot brauchen, haben aber andere Prioritäten.

An dieser Stelle fehlt es deinem Angebot an Dringlichkeit.

Im menschlichen Gehirn gibt es zwei wesentliche Motivationssysteme. Das appetitive und das aversive Motivationssystem. Das eine ist dafür da, um negative Zustände zu vermeiden. Das andere ist dafür da, um positive Zustände zu erlangen.

Dabei wirkt das eine Motivationssystem stärker. Nämlich das, welches dafür zuständig ist, negative Zustände zu vermeiden.

**Bedeutet: Der Mensch ist immer gewillter, Schmerzen / Probleme zu vermeiden, als Wünsche / Bedürfnisse zu erreichen.**

Aber keine Sorge, denn das bedeutet aber nicht, dass du nur über Negativ Marketing verkaufst. Es bedeutet nur, dass du, um deinem Angebot die notwendige Dringlichkeit zu geben, erstmal Problembewusstsein schaffen musst.

Das Problembewusstsein ist notwendig, um die Trägheit zu bekämpfen, denn Schmerzen & Probleme setzen die Leute immer in Bewegung.

Der Gegenüber weiß nicht, dass er JETZT gerade ein Problem hat und weiß nicht, dass dieses Problem mit Konsequenzen verbunden ist.

**TIPP:** Finde in einer Marktrecherche heraus, welche Probleme & Herausforderungen dein idealer Wunschkunde hat, um diese gezielt im Marketing anzusprechen und deine Kommunikation wirklich treffsicher zu machen.

# -05-

## ICH HABE KEINE ZEIT DAFÜR

Hier denkt der potentielle Kunde, dass er wirklich keine Zeit hat.

Dieser Kaufeinwand ist tatsächlich in fast jeder Branche vorhanden. Die meisten Menschen leiden unter dem Zeitmangel. ABER: Zeit hat man nicht, die nimmt man sich, für das was einem wichtig ist.

Um diesen Kaufeinwand zu entkräften, solltest du deinem potentiellen Kunden vermitteln, dass das Zeitinvestment gering ist UND er später mehr Zeit zurückgewinnen wird.

Du kannst tatsächlich für fast jedes Produkt argumentieren, dass man Zeit zurückgewinnt, wenn man die Inhalte entsprechend umsetzt.

**TIPP:** Behandle diesen Kaufeinwand in der „FAQ-Sektion“ deiner Sales Page. Schreibe z.B. „Wenn man die Inhalte umsetzt, muss man etwas Zeit investieren, aber später wird man mindestens diese Zeit zurückgewinnen, weil du XY...“



# -06-

## PRODUKTSPEZIFISCHE EINWÄNDE

Dann gibt es noch die Einwände DEINEM PRODUKT gegenüber.

**Diese Einwände kannst du ganz einfach in 3 Schritten entkräften.**

### 1. BEHAUPTUNG

Nachdem der Einwand genannt wurde, zeigst du zuerst Verständnis, stellst die Aussage in Frage und stellst eine neue Behauptung auf

### 2. BEWEIS

Dann bringst du einen Beweis für deine Behauptung, indem du eine kurze Geschichte erzählst (Storytelling) oder deine Behauptung mit Zahlen/Fakten untermauerst.

### 3. KONKRETER NUTZEN

Anschließend kommunizierst du noch den konkreten Nutzen, indem du die Frage beantwortest „Was konkret hat mein Kunde davon?“.

### BEISPIEL:

#### BEHAUPTUNG:

Eine Sales Page zu schreiben dauert zu lange. Ich habe dafür keine Zeit. Das kann ich verstehen. Genau dasselbe habe ich auch gedacht. Tatsächlich wird dir deine Sales Page aber für dich arbeiten und dir so viel Zeit schenken, dass du dich um andere Marketingaktivitäten kümmern kannst, die dir Gewinn bringen.

#### BEWEIS:

Die meisten meiner Kunden machen Marketing, ohne vorher eine Sales Page zu haben. Sie müssen dann jedem potentiellen Kunden einzeln erklären, was sie anbieten und was die Vorteile sind. Das kostet unglaublich viel Zeit. Einmal richtig aufgesetzt, kommuniziert die Sales Page genau das, was man sonst IMMER WIEDER erklären muss.

## KONKRETER NUTZEN:

Man spart sich aber nicht nur unglaublich viel Zeit, weil man nicht alles doppelt- und dreifach sagen muss, sondern kann auch mit der Automatisierung beginnen, sodass man viel mehr Menschen erreicht, ohne mit jedem einzeln sprechen und ihn überzeugen zu müssen (denn die Sales Page nimmt uns diesen Job ja ab 😊)

## **BONUS: EINWÄNDE VORWEGNEHMEN**

Natürlich kannst du Einwände nicht nur behandeln, sondern sie auch gleich vorwegnehmen.

**Das funktioniert gut, mit folgenden 3 Techniken:**

### **1. OHNE**

Beispiel: Lerne, wie du selbst deine eigene Website in WordPress erstellst, ohne technische Vorkenntnisse haben zu müssen.

### **2. SELBST, WENN**

Beispiel: Lerne, wie du selbst deine eigene Website in WordPress erstellst, selbst, wenn du keine technischen Vorkenntnisse hast

### **3. SOGAR, WENN**

Beispiel: In meinem Kurs lernst du selbst deine eigene Website in WordPress zu erstellen, sogar, wenn du keine technischen Vorkenntnisse hast

**TIPP:** Nimm möglichst alle Einwände gleich vorwegzunehmen, sodass du gar keine Einwände mehr behandeln musst und dein idealer Kunde gar keine Einwände mehr nennen kann.

Die Einwände findest du am Besten in einer Marktrecherche heraus.