

MEHR WIRKUNG. MEHR ABSCHLÜSSE.

DIE 10 GRÖSSTEN VERTRIEBSBREMSSEN

**VERKAUFEN IST
KEIN ZUFALL!**



ATAKAN OLCAYSU

Vorwort

Vertrieb ist mehr als reden und überzeugen – es geht darum, zuzuhören, wirklich zu verstehen und dem Kunden klar und respektvoll den Weg zur Entscheidung zu zeigen.

In meiner täglichen Arbeit mit Menschen aus Unternehmertum, Vertrieb und Führung begegnen mir immer wieder dieselben Muster, die erfolgreiche Abschlüsse verhindern – oft unbewusst.

Dieser Leitfaden ist kein klassisches Nachschlagewerk, sondern ein Leitfaden und ein praktischer Werkzeugkasten. Er soll Impulse geben, Klarheit schaffen und Mut machen, die eigenen Gesprächs- und Verkaufsgewohnheiten kritisch zu reflektieren.

Wer seine Bremsen kennt, kann sie lösen – und den Vertriebsprozess wieder ins Fließen bringen.

Ich wünsche dir wertvolle Erkenntnisse und vor allem:
spürbare Wirkung in der Praxis.

A portrait of Atakan Olcaysu, a man with short dark hair, glasses, and a goatee, wearing a black button-down shirt. He is smiling slightly. The background is white with a light gray curved shape behind him and a grid of orange dots to his right.

Atakan Olcaysu

Atakan Olcaysu
Business Coach und Berater

Inhalt

Ohne Nutzen kein Deal – 10 Denkfehler, die dich im Vertrieb Aufträge kosten

Vertrieb verstehen – Kunden gewinnen.....	4
Zu schnell losgelegt – Der Kunde war noch gar nicht bereit.....	5
Viele Argumente gebracht – aber nichts hat den Kunden überzeugt.....	6
Kein Nutzen - Kein Kaufgrund für den Kunden.....	7
Viel geredet – aber der Kunde durfte kaum was sagen.....	8
Der Entscheider war nie im Raum – und du hast es zu spät gemerkt.....	9
Kein nächster Schritt – und alles bleibt im Gespräch hängen.....	10
Produkt gelobt – aber nicht gekauft.....	11
Keine Vision erzeugt – Der Kunde sieht kein Ziel und bleibt stehen.....	13
Kurz vor dem Abschluss – und trotzdem verloren.....	14
Nett statt klar – Warum Freundlichkeit allein nicht verkauft.....	16
Zum Schluss: So wird Verkauf klar und wirksam.....	18



Vertrieb verstehen – Kunden gewinnen

Verkaufen gehört zu den wichtigsten Fähigkeiten im Geschäftsleben – und wird dennoch oft unterschätzt.

Viele starten mit dem Gedanken: „Mein Produkt ist gut – das verkauft sich von allein.“ Doch dann folgen Gespräche ohne Abschluss, Kunden, die plötzlich abspringen, und Angebote, auf die nie eine Antwort kommt.

Vielleicht kommt dir das bekannt vor: Du bist engagiert, ehrlich und willst überzeugen – ohne zu „drücken“. Doch oft bleibt ein Gefühl von Unsicherheit zurück. Warum wirkt es bei anderen so viel leichter?

Genau hier setzt dieser **Leitfaden** an.

Denn Verkauf ist kein angeborenes Talent – sondern ein Handwerk. Und wie jedes Handwerk lässt es sich erlernen. Dieser Leitfaden zeigt typische Stolperfallen im Verkaufsprozess – und wie man sie vermeiden kann.

Er hilft dir zu verstehen, was dein Gegenüber wirklich hören sollte. Er macht Mut, einen eigenen Stil zu entwickeln – ohne Maske, ohne Spielchen.

Was es braucht, ist keine neue Taktik – sondern Klarheit.

Wenn du weißt, wo du im Gespräch stehst und was dein Gesprächspartner gerade braucht, wird aus Unsicherheit Überzeugung. Und aus netten Gesprächen werden konkrete Ergebnisse.

Lies die nächsten Seiten wie ein Gespräch mit dir selbst. Vielleicht erkennst du dich wieder. Vielleicht findest du neue Impulse.

Denn:

**Erfolgreich zu verkaufen ist kein Zufall.
Es ist eine bewusste Entscheidung.**

■ 1. Zu schnell losgelegt – Der Kunde war noch gar nicht bereit



Typische Szene:

Du führst ein gutes Gespräch mit einem Interessenten.

Er erzählt dir ein paar Eckdaten, du erkennst sofort: „Da hab ich die perfekte Lösung!“ Noch während er spricht, öffnest du schon deine Angebotsvorlage.

Kurze Zeit später hat er ein PDF von dir im Postfach – aber dann: **Funkstille**



Was ist passiert?

Du hast zu schnell „geliefert“. Vielleicht aus Begeisterung, vielleicht aus dem Wunsch heraus, schnell zu helfen – aber:

Der Kunde war noch nicht so weit.

Er wusste selbst noch nicht genau, was er braucht. Und er hat vor allem noch kein echtes Problemgefühl entwickelt.

Wenn du in dieser Phase ein Angebot machst, wirkt das für den Kunden:

- unpassend („Wieso bekomme ich das jetzt schon?“)
- beliebig („Ist das jetzt Standard oder für mich gedacht?“)
- riskant („Ich bin mir gar nicht sicher, ob ich das wirklich brauche.“)

Er fühlt sich nicht abgeholt – sondern überrollt.

Was fehlt dem Kunden an dieser Stelle?

Vertrauen: in dich, in dein Verständnis, in die Passgenauigkeit deiner Lösung

Sicherheit: dass du seine Lage wirklich erfasst hast

Dringlichkeit: das Gefühl, dass er jetzt handeln muss

Beteiligung: er will mitreden, nicht nur etwas vorgesetzt bekommen

Die bessere Herangehensweise:

Verkauf ist kein Informationspaket, das man einfach abschickt.

Verkauf ist ein Prozess, bei dem du Schritt für Schritt Klarheit, Vertrauen und Relevanz aufbaust.



Bevor du ein Angebot machst:

- **Frag tiefer nach:** Was genau ist das Ziel? Warum ist das wichtig?
Was steht im Weg?
- **Ergründe seine Welt:** Welche Auswirkungen hat das Problem – emotional, wirtschaftlich, organisatorisch?

- **Lass ihn erkennen:** „Ich muss was ändern.“ Dieser Moment ist Gold wert.
- **Und dann erst:** „Willst du wissen, wie das mit mir gehen kann?“ – Jetzt ist dein Angebot willkommen.

Der entscheidende Punkt:

Kunden kaufen keine Funktionen, sondern Lösungen. Wenn du nicht zeigst, wie dein Produkt konkret ihr Leben verbessert, bleibt es bedeutungslos – egal, wie gut es ist.

Merksatz:

Ein Angebot ist kein Türöffner.

Es ist der Abschluss einer guten Vorbereitung.



■ 2. Viele Argumente gebracht - aber nichts hat den Kunden überzeugt



Typische Szene:

Du hast dir Mühe gegeben. Punkt für Punkt listest du die Vorteile deines Produkts auf. Es ist leistungsstark, flexibel, zuverlässig - eigentlich alles, was ein Kunde sich wünschen kann. Doch am Ende des Gesprächs sagt der Kunde nur höflich: „Ich melde mich.“ Und das war's.



Was ist passiert?

Du hast gesprochen, aber nicht getroffen. Du hast Argumente geliefert, aber sie waren nicht relevant. Denn ein Argument funktioniert nur dann, wenn es exakt auf das Problem oder Ziel des Kunden passt.

Viele Verkäufer reden an ihren Kunden vorbei, weil sie über Dinge sprechen, die sie selbst für wichtig halten – nicht über das, was der Kunde tatsächlich hören muss. So bleibt deine Botschaft wirkungslos, obwohl sie gut gemeint war.

Warum das nicht funktioniert:

Kunden hören nicht automatisch aufmerksam zu, nur weil du ihnen viele Informationen gibst. Sie prüfen jede Aussage auf ihre persönliche Bedeutung. Wenn sie keine Verbindung zu ihrer eigenen Situation herstellen können, verlieren sie das Interesse.

Gute Verkäufer überzeugen nicht durch Masse, sondern durch Relevanz.

Sie sprechen gezielt nur über das, was beim Kunden gerade zählt.



Was du tun kannst:

Bevor du ins Argumentieren gehst, finde heraus:

- Was will der Kunde wirklich erreichen?
- Wo liegt sein aktuelles Problem?
- Welche wenigen Punkte aus deinem Angebot sind dafür die passende Lösung?

Der entscheidende Punkt:

Ein gutes Argument wirkt nur dann, wenn es genau ins Schwarze trifft.

Ein einziges treffendes Argument, das direkt an das Ziel oder Problem des Kunden andockt, wirkt stärker als zehn allgemeine Vorteile. Wer genau hinhört, argumentiert gezielter – und verkauft wirkungsvoller.

Merksatz:

Nicht die Menge deiner Argumente überzeugt – sondern deren Passgenauigkeit.



3. Kein Nutzen – Kein Kaufgrund für den Kunden



Typische Szene:

Du erklärst dein Produkt im Detail, zeigst Funktionen, Eigenschaften, Vorteile. Und doch sagt der Kunde: „Das klingt interessant – ich denk mal drüber nach.“ Und nichts passiert.

Was ist passiert?



Du hast erklärt, was dein Produkt kann – aber nicht, was es dem Kunden bringt. Der Unterschied klingt klein, ist aber entscheidend: Technische Daten oder tolle Features erzeugen keinen Kaufwunsch, wenn der konkrete Nutzen nicht greifbar ist.

Warum das nicht funktioniert:

Kunden kaufen keine Produkte, sie kaufen Ergebnisse. Sie wollen eine spürbare Verbesserung. Zeit sparen. Kosten senken. Mehr Umsatz machen. Weniger Stress haben. Was du anbietest, muss sich für sie lohnen – sonst handeln sie nicht.

Wenn du nur erklärst, was dein Produkt ist, lässt du dem Kunden die ganze Denkarbeit. Er muss selbst herausfinden, ob und wie ihm das hilft. Die meisten tun das nicht. Sie nicken freundlich und springen innerlich längst ab.



Was du tun kannst:

Statt über Eigenschaften zu sprechen, formuliere den klaren Nutzen.

Zum Beispiel:

- „Damit sparen Sie jeden Monat rund 6 Stunden Verwaltungsarbeit.“
- „Sie haben sofort Überblick über alle laufenden Aufträge – ohne extra Software.“
- „Ihr Außendienst kann das System in 30 Minuten selbst bedienen.“

Nutze konkrete Zahlen, Vergleiche, Alltagsszenarien. Je klarer der Mehrwert, desto höher die Bereitschaft, zu investieren.

Der entscheidende Punkt:

Kunden kaufen kein Produkt, sondern eine Verbesserung.

Zeigst du keinen greifbaren Nutzen, fehlt der Grund zu kaufen.

Merksatz:

Kunden kaufen nicht, was du hast – sondern, was es für sie tut.



4. Viel geredet – aber der Kunde durfte kaum was sagen



Typische Szene:

Du hast richtig abgeliefert: Dein ganzes Wissen geteilt, die Vorteile aufgezählt, Einwände vorweggenommen. Du warst im Flow – aber am Ende des Gesprächs ist der Kunde zurückhaltend, vage, irgendwie nicht überzeugt.



Was ist passiert?

Du warst so sehr damit beschäftigt, gut zu erklären, dass der Kunde selbst kaum zu Wort kam. Und damit hast du dir die wichtigste Informationsquelle selbst abgeschnitten: den Kunden selbst.

Warum das nicht funktioniert:

Im Verkaufsgespräch geht es nicht darum, möglichst viel zu reden, sondern möglichst viel zu verstehen. Kunden überzeugen sich am liebsten selbst – und das tun sie, indem sie sprechen, denken, reflektieren. Wenn du ihnen diese Möglichkeit nicht gibst, entsteht keine echte Verbindung.

Wenn du ständig sendest, aber wenig empfängst, merkst du nicht, was beim Kunden wirklich los ist: Welche Fragen er hat. Was ihn zurückhält. Wo der Schmerz sitzt.



Was du tun kannst:

Fang früh an, Fragen zu stellen – und hör aufmerksam zu. Nutze Sätze wie:

- „Was ist Ihnen bei einer Lösung besonders wichtig?“
- „Wo hakt es im Moment am meisten?“
- „Was müsste passieren, damit Sie sagen: Das passt für mich?“

Lass den Kunden erzählen. Zeig echtes Interesse. Du wirst überrascht sein, wie viele Antworten dir direkt die richtige Verkaufsstrategie liefern.

Der entscheidende Punkt:

Gute Verkäufer reden nicht viel– sie hören zu.

Nur wer fragt und wirklich zuhört, erkennt, was den Kunden bewegt.



Merksatz:

Gute Verkäufer überzeugen nicht mit vielen Worten – sondern mit den richtigen Fragen.

5. Der Entscheider war nie im Raum – und du hast es zu spät gemerkt



Typische Szene:

Das Gespräch lief gut. Dein Gegenüber war offen, interessiert, hat genickt – vielleicht sogar gelobt. Du hast ein Angebot geschickt ... **und dann kam: nichts.** Kein Feedback, keine Entscheidung. Stattdessen: „Ich muss das intern nochmal besprechen.“



Was ist passiert?

Du hast mit jemandem gesprochen, der nett war – aber nicht entscheiden konnte. Vielleicht war es ein Nutzer, ein Teamleiter, jemand aus dem Einkauf. Aber derjenige, der wirklich „Ja“ sagen kann, war nicht dabei – und du hast nicht rechtzeitig nachgehakt.

Warum das nicht funktioniert:

Du führst ein gutes Gespräch – aber mit der falschen Person.

Solange der wahre Entscheider fehlt, fehlt auch die Entscheidungsfähigkeit. Dein Gesprächspartner hört zu, zeigt Interesse – aber er kann nicht „Ja“ sagen.

Stattdessen muss er dein Angebot intern weitergeben – oft ohne das nötige Wissen, die Dringlichkeit oder die Überzeugungskraft, die es bräuchte.

Die Folge: Dein Angebot verliert an Klarheit und Wirkung. Du verlierst den Einfluss auf die Entscheidung. Der Verkaufsprozess gerät ins Stocken – nicht wegen deiner Lösung, sondern weil du nicht mit der Person sprichst, die sie tatsächlich absegnen kann.



Was du tun kannst:

Frage früh im Gespräch:

- „Wer ist bei Ihnen am Ende für die Entscheidung zuständig?“
- „Wer muss das am Schluss freigeben oder unterschreiben?“
- „Gibt es noch jemanden, der in die Entscheidung eingebunden werden sollte?“

Und: Versuche, mit dem Entscheider selbst zu sprechen – oder zumindest ein gemeinsames Gespräch zu organisieren. Je direkter du mit ihm kommunizierst, desto höher ist deine Chance für ein Abschluss.

Der entscheidende Punkt:

Ein gutes Gespräch mit der falschen Person bringt dich nicht weiter.

Nur wer entscheiden darf, kann dich beauftragen. Investiere deine Energie dort, wo echte Entscheidungen fallen.

Merksatz:

**Nur wer entscheiden darf, kann auch kaufen.
Sprich mit der richtigen Person –
oder du redest ins Leere.**



■ 6. Kein nächster Schritt – und alles bleibt im Gespräch hängen



Typische Szene:

Das Gespräch lief gut. Der Kunde war interessiert, ihr wart euch einig: Toller Austausch, gutes Gefühl. Dann geht jeder seiner Wege. Du meldest dich später – aber nichts geht voran. **Keine Entscheidung, kein Abschluss.**



Was ist passiert?

Es fehlte ein klarer nächster Schritt. Vielleicht war das Gespräch gut, aber es endete offen. Ohne Verbindlichkeit, ohne konkreten Termin, ohne klare Vereinbarung, wie es weitergeht.

Und was keinen klaren Abschluss hat, wird leicht vergessen. Denn dein Kunde hat jeden Tag zig andere Themen. Du stehst nicht dauerhaft auf seiner Prioritätenliste – wenn du nicht dafür sorgst.

Warum das nicht funktioniert:

Ein gutes Gespräch ist noch kein Verkauf. Ohne nächsten Schritt bleibt es nur eine nette Unterhaltung. Das Gehirn braucht Richtung – und Klarheit. Wenn du die nicht vorgibst, passiert: nichts.

Der Kunde ist nicht gegen dich – aber er hat keine Orientierung, wie es weitergehen soll. Und verschiebt es immer wieder.



Was du tun kannst:

Sorge dafür, dass jedes Gespräch mit einer klaren Vereinbarung endet:

- „Wollen wir einen Termin machen, um das Angebot gemeinsam durchzugehen?“
- „Ich schicke Ihnen die Unterlagen – wie wäre ein kurzer Call am Donnerstag, um alles zu besprechen?“
- „Was wäre aus Ihrer Sicht der nächste sinnvolle Schritt?“

Wichtig: Mach's einfach. Je konkreter der nächste Schritt, desto eher geht's weiter.

Der entscheidende Punkt:

Ein Gespräch ohne Folgeaktion ist wie ein Film ohne Ende. Du brauchst Klarheit, Richtung und einen konkreten nächsten Schritt – sonst bleibt alles nur ein netter Austausch.

Merksatz:

**Ohne klare Aktion bleibt jedes Gespräch nett, aber ziellos.
Gib Richtung – und bring Bewegung.**



7. Produkt gelobt – aber nicht gekauft



Typische Szene:

Der Kunde fand dein Angebot „spannend“. Er sagte: „Tolles Produkt“, „Sie haben mich überzeugt“, „Sehr interessant“. Du gehst mit gutem Gefühl aus dem Gespräch – aber am Ende: keine Entscheidung, kein Auftrag.



Was ist passiert?

Dein Produkt kam gut an. Nur: Das reicht nicht. Ein gutes Produkt ist heute keine Seltenheit mehr. Kunden treffen ihre Entscheidungen nicht allein nach Qualität oder Eigenschaften – sondern danach, ob dein Angebot ihr konkretes Problem löst.

Du hast vielleicht Funktionen erklärt, Vorteile präsentiert, Referenzen gezeigt – aber den Kern des Kundenproblems nicht getroffen.

Warum das nicht funktioniert:

Kunden kaufen nicht das Beste, sondern das Passendste. Und das ist nur dann klar, wenn sie erkennen: „Das löst genau mein Problem. Das spart mir Geld, Zeit oder Nerven.“ Ohne diese Verbindung bleibt dein Produkt ein „Nice to have“.

Wenn du erklärst, was dein Produkt kann, aber keinen Bezug zur Welt des Kunden herstellst, bleibst du in der Anbieterlogik – statt in der Kundenlogik.



Was du tun kannst:

Finde heraus, was dem Kunden wirklich wichtig ist – und baue von dort deine Argumentation auf:

- „Was wäre für Sie die größte Erleichterung, wenn das Problem gelöst ist?“
- „Welche Auswirkungen hätte es, wenn sich nichts ändert?“
- „Worauf kommt es Ihnen bei der Entscheidung am meisten an?“

Dann verknüpfe deine Lösung gezielt mit diesem Nutzen.

Der entscheidende Punkt:

Begeisterung reicht nicht – Relevanz ist entscheidend. Kunden kaufen keine tollen Produkte, sondern Lösungen für ihre konkreten Probleme.

Merksatz:

Ein Produkt überzeugt erst dann, wenn der Kunde darin seine eigene Lösung erkennt.



8. Keine Vision erzeugt – Der Kunde sieht kein Ziel und bleibt stehen



Typische Szene:

Dein Gespräch war freundlich, dein Angebot durchdacht. Der Kunde zeigte Interesse, nickte zustimmend und sagte Dinge wie:
„Lassen Sie uns später nochmal sprechen.“
Oder: „Wir denken nochmal drüber nach.“
Und dann – absolute Funkstille.

Nicht, weil du etwas falsch erklärt hast. Sondern weil dein Kunde kein greifbares Ziel vor Augen hatte, für das sich eine Entscheidung gelohnt hätte.



Was ist passiert?

Du hast ihm vielleicht die Gegenwart erklärt – aber keine Zukunft gezeigt. Kein „So könnte es bei Ihnen aussehen, wenn ...“. Kein „In sechs Monaten sparen Sie ...“. Kein „Dann wird dieses Problem endlich gelöst sein.“

Menschen treffen Entscheidungen, wenn sie merken: Da will ich hin. Ohne diese Vorstellung bleibt alles theoretisch – und wird aufgeschoben.

Warum das nicht funktioniert:

Ohne Zielbild bleibt der Kunde in seiner jetzigen Welt. Und in der kennt er sich aus – auch wenn sie nicht perfekt ist. Veränderung kostet Energie. Und die investiert man nur, wenn man weiß: **Es lohnt sich.**

Viele Verkäufer erklären zu viel Technik und zu wenig Wirkung. **Doch Menschen kaufen keine Technik – sie kaufen ein Ergebnis.**



Was du tun kannst:

Male gemeinsam mit dem Kunden ein klares, positives Bild der Zukunft:

- „Stellen Sie sich vor, in sechs Monaten läuft das Thema endlich rund – was hat sich dann verändert?“
- „Was wäre für Sie der spürbare Unterschied, wenn das Problem gelöst ist?“
- „Wie sähe es aus, wenn Sie am Jahresende zurückblicken und sagen: Das war die richtige Entscheidung?“

Erst wenn der Kunde das Ziel sieht, beginnt er, sich zu bewegen.

Der entscheidende Punkt:

Ein gutes Gefühl allein führt nicht zur Entscheidung. Was zählt, ist ein klares Ziel vor Augen. Menschen kaufen keine Produkte, sondern eine bessere Zukunft – etwas, das sich wirklich lohnt. Und diese Zukunft beginnt mit einer Vision, die bewegt.

Merksatz:

**Du verkaufst keine Produkte – sondern Veränderung.
Und die beginnt mit einer Vision.**



9. Kurz vor dem Abschluss – und trotzdem verloren



Typische Szene:

Du hast alles gegeben: Bedarf geklärt, Argumente geliefert, den Nutzen aufgezeigt. Der Kunde ist interessiert, du schickst das Angebot - und dann zögert er. Oder er kommt mit einem Nachlasswunsch, will „nochmal drüber schlafen“ oder zieht sich einfach zurück.



Was ist passiert?

Du warst präsent, das Gespräch lief gut – aber als es auf den Abschluss zuing, hast du dich zurückgehalten. Vielleicht, weil du nicht zu aufdringlich wirken wolltest. Vielleicht in der Hoffnung, dass der Kunde sich schon melden wird.

Doch genau in dieser Phase braucht dein Gegenüber Orientierung und Führung. Wenn du dich jetzt zurückziehst oder keine Initiative zeigst, entsteht Unsicherheit. Und Unsicherheit führt selten zu einer Entscheidung – sondern eher zum Abbruch oder Stillstand.

Warum das nicht funktioniert:

Am Ende eines Verkaufsprozesses spüren viele Verkäufer innerlich Druck: „Ich will nicht zu aufdringlich sein“, „Ich warte lieber, bis der Kunde bereit ist“, „Vielleicht kommt er von allein auf mich zu.“ Doch dieser Rückzug **erzeugt Unsicherheit** beim Kunden.

Menschen brauchen gerade zum Schluss Führung. Wenn du dann wackelst oder dich aus der Verantwortung ziehst, verliert der Kunde das Vertrauen – und die Entscheidung rutscht weg.



Was du tun kannst:

Bleib präsent. Stell klare Abschlussfragen. Zeig Haltung. Zum Beispiel so:

- „Was fehlt Ihnen noch, um sich guten Gewissens entscheiden zu können?“
- „Gibt es noch einen Punkt, der Sie gerade zögern lässt?“
- „Wenn Sie grundsätzlich einverstanden sind – wie gehen wir den nächsten Schritt gemeinsam?“

Und wenn der Kunde beginnt, sich zu entziehen, bleib ruhig – aber klar. Du darfst auch sagen:

„Ich spüre, dass Sie etwas zurückhält. Wollen wir es ansprechen, damit Sie entscheiden können?“

Der entscheidende Punkt:

Am Ende braucht der Kunde Klarheit, nicht Rückzug. Wer Führung zeigt, gibt Sicherheit – und schafft die Grundlage für eine Entscheidung.

Merksatz:

Kluge Verkäufer führen zum Abschluss – nicht mit Druck, sondern mit Klarheit und Haltung.



■ 10. Nett statt klar – Warum Freundlichkeit allein nicht verkauft



Typische Szene:

Viele Verkäufer glauben: Wenn ich sympathisch bin, klappt das schon. Und ja – Beziehungsebene ist wichtig. Menschen kaufen lieber von Menschen, die sie mögen. Doch „nett sein“ allein reicht nicht aus.

Denn Nettigkeit wird oft mit Harmonie verwechselt. Und wer nur gefallen will, stellt keine klaren Fragen, fordert nichts ein – und riskiert, nicht ernst genommen zu werden.



Was ist passiert?

Du wolltest sympathisch sein – und hast dabei Führung vermieden. Vielleicht hast du zu allem genickt, Kritik gemieden oder dem Kunden jede Entscheidung überlassen. Doch anstatt Vertrauen aufzubauen, entstand Unsicherheit. Denn wenn du dich zurückhältst, fehlt dem Kunden jemand, der Orientierung gibt.

Dein Wunsch, gemocht zu werden, hat dich davon abgehalten, klar zu führen – und genau das hat den Verkaufsprozess ausgebremst.

Warum das nicht funktioniert:

Wenn du alles tust, um gemocht zu werden, vermeidest du Konflikte. Du nickst zu allem, was der Kunde sagt. Du traust dich nicht, „Nein“ zu sagen oder klar Position zu beziehen. Die Folge: Der Kunde spürt keine Führung. Du wirst zum netten Begleiter, nicht zum echten Partner.

Und ohne Führung fällt dem Kunden die Entscheidung schwer – oder er wendet sich an jemanden, der klarer ist.



Was du tun kannst:

Verkauf heißt: führen. Und führen heißt auch: Konfrontieren – auf respektvolle Weise. Es bedeutet, ehrlich zu sein. Klare Worte zu finden. Auch mal zu widersprechen. Zum Beispiel so:

- „Ich verstehe Ihren Punkt – darf ich Ihnen eine andere Sichtweise anbieten?“
- „Ich glaube, Sie tun sich gerade schwer mit der Entscheidung. Wollen wir ehrlich draufschauen, woran's liegt?“
- „Wir können das so machen – aber ich würde Ihnen ehrlich davon abraten.“

Der entscheidende Punkt:

Menschen kaufen nicht nur Vertrauen – sie kaufen **Orientierung und Haltung**. Wenn du Klarheit ausstrahlst, gewinnt der Kunde Sicherheit. Und das ist oft der letzte Impuls, den es für den Abschluss braucht.



Merksatz:

Sei freundlich, aber nicht gefällig.

Sei klar, aber nicht hart.

Dann wirst du als Profi wahrgenommen – und als Partner gewählt.

■ Zum Schluss: So wird Verkauf klar und wirksam

Wenn du bis hierher gelesen hast, ist eines deutlich geworden:

Die größten Hindernisse im Vertrieb sind selten fehlende Fähigkeiten.

Viel öfter sind es **unbewusste Denkfehler, eingefahrene Muster** oder einfach **fehlende Klarheit**, die dafür sorgen, dass Gespräche ins Leere laufen – obwohl das Potenzial da wäre.

Verkaufen bedeutet nicht, jemanden zu überreden oder mit Argumenten zu überhäufen.

Verkaufen bedeutet: **verstehen, führen** – und **eine Entscheidung ermöglichen**, die dein Gegenüber als sinnvoll und richtig empfindet.

Dazu brauchst du kein Verkaufstalent und keine perfekte Strategie.

Was du brauchst, ist die Bereitschaft, genauer hinzusehen:

Wo rede ich zu viel – und höre zu wenig?

Wo will ich gefallen – statt zu führen?

Wo bleibe ich vage – statt den nächsten Schritt klar zu machen?

Wenn du dir diese Fragen regelmäßig stellst, wirst du nicht nur mehr Abschlüsse erzielen.

Du wirst **mit mehr Leichtigkeit, mehr Sicherheit und mehr Substanz verkaufen**.

Denn: **Vertrieb ist kein Zufall.**

Er ist das Ergebnis von Klarheit, Haltung und echter Verbindung.

Und du triffst diese Entscheidung in jedem Gespräch – immer wieder neu.

Verkauf darf einfach sein.

Aber nur, wenn er echt ist. Und wenn du bereit bist, nicht nur das Produkt – sondern auch dich selbst weiterzuentwickeln.

Das ist der Schlüssel zu nachhaltigem Erfolg.

Zeit für den nächsten Schritt? Lass uns sprechen.

Du hast jetzt zehn typische Vertriebsbremsen kennengelernt – Situationen, in denen Verkaufsgespräche ins Stocken geraten, obwohl Interesse da war. Vielleicht hast du beim Lesen gemerkt: „Genau das passiert mir auch manchmal.“ Dann hast du bereits den wichtigsten Schritt gemacht: **Bewusstheit schaffen**.

Denn Verkaufen ist kein Talent, das man entweder hat oder nicht.

Es ist ein **Handwerk**, das man verfeinern, trainieren – und auf den eigenen Stil zuschneiden kann.

- Du willst lernen, **Kundengespräche souverän zu führen**, ohne Druck auszuüben?
- Du willst herausfinden, **wo deine Bremsen liegen** – und wie du sie löst?
- Du willst **klare Strukturen und wirksame Gesprächsführung**, die sich gut anfühlt – für dich und deine Kunden?

Dann unterstütze ich dich gern mit gezieltem Coaching oder strategischer Beratung. Ob im Einzelgespräch, Team-Workshop oder als Impulsgeber in deinem Unternehmen:

Ich helfe dir, Klarheit, Sicherheit und Wirkung in deinen Verkaufsprozess zu bringen.

Lass uns unverbindlich sprechen – und herausfinden, wie ich dich unterstützen kann:

 www.mein-coaching-berlin.de

 kontakt@mein-coaching-berlin.de

Ich freue mich auf deine Nachricht.

Atakan Olcaysu

Dein Experte für Business Coaching & Beratung


BUSINESS COACH

Impressum

Angaben gemäß § 5 TMG / Verantwortlich für den Inhalt gemäß § 55 RStV:

Atakan Olcaysu
Schönhauser Allee 163
10435 Berlin - Deutschland
kontakt@olcaysu.de

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer gemäß § 27a UStG:
DE188896955

Hinweis zur kostenlosen Verbreitung

Dieser Leitfaden wird unentgeltlich zur Verfügung gestellt und darf für private oder berufliche Zwecke verwendet, gespeichert und weitergegeben werden, sofern keine kommerzielle Verwertung erfolgt.
Eine Veränderung oder der Weiterverkauf der Inhalte – ganz oder in Teilen – ist untersagt.

Urheberrecht und Nutzungshinweise

Alle Inhalte dieses Leitfadens, insbesondere Texte, Struktur und redaktionelle Gestaltung, unterliegen dem Urheberrecht von Atakan Olcaysu, sofern nicht anders angegeben.

Die verwendeten Illustrationen wurden entweder:

- mithilfe von KI (ChatGPT / DALL-E) erstellt und gemäß den Nutzungsbedingungen von OpenAI verwendet,
- oder stammen aus dem lizenzierten Angebot von www.freepik.com und werden gemäß deren Lizenzbedingungen genutzt.

Haftungsausschluss

Die Inhalte dieses Leitfadens wurden mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Inhalte wird keine Gewähr übernommen. Die Nutzung der Inhalte erfolgt auf eigene Verantwortung.

Bildnachweise (Freepik)

Die folgenden lizenzierten Illustrationen stammen aus dem Free- und Premium-Angebot von Freepik:

Vector illustration of business people in flat design style

https://www.freepik.com/free-vector/whole-year-concept-illustration_396946432.htm

Für alle, die verkaufen – aber auf ihre eigene Art.

Du willst Kunden überzeugen, ohne dich zu verbiegen? Du möchtest Verkaufsgespräche führen, die ehrlich, klar und wirksam sind?

Dann ist dieser Leitfaden für dich.

Atakan Olcaysu zeigt dir die häufigsten Denkfehler im Vertrieb – und wie du sie vermeidest. Ohne Tricks. Ohne Druck. Sondern mit Haltung, Klarheit und einem Verkaufsstil, der zu dir passt.

Du lernst:

- wie du wieder echte Gespräche führst,
- wie du innere Bremsen erkennst und löst,
- wie Verkauf sich endlich wieder richtig gut anfühlen kann.

Über den Autor

Atakan Olcaysu ist Business Coach mit über 20 Jahren Erfahrung in Verkauf, Unternehmensführung und Beratung. Nach dem erfolgreichen Aufbau und Verkauf eigener Firmen begleitet er heute Selbstständige, Teams und Führungskräfte auf dem Weg zu mehr Wirkung im Vertrieb – klar, empathisch und auf Augenhöhe.

 www.mein-coaching-berlin.de

 kontakt@mein-coaching-berlin.de

