

# Der Kunde ist ein offener und neugieriger Mensch

Wer sich auf den Dialog mit dem Kunden richtig einstellt, lernt nicht nur dessen Bedürfnisse besser kennen – sondern verkauft auch mehr Bücher. Mariella De Matteis, Verkaufstrainerin und Buchhändlerin, kennt den Weg zu Mehrverkäufen durch offene Fragen, Benennen von Bildern und natürlicher Wertschätzung.

*Ihr Kurs will unter anderem Buchhändlerinnen und Buchhändlern zeigen, wie man Kundenbedürfnisse weckt – gehört das nicht eigentlich zur Grundausbildung im Sortiment?*

**Mariella de Matteis:** Natürlich gehört das zur Grundausbildung. Meinen Kurs verstehe ich als Ergänzung und Auffrischung des Gelernten in Sachen Verkaufspsychologie. Zudem verändern sich die Kundengewohnheiten laufend. Ein 18-jähriger Gymnasiast, um ein Beispiel zu nennen,

hat andere Bedürfnisse als eine 45-jährige Mutter mit drei Kindern. Das erfordert von der Buchhändlerin eine differenziertere Fragestellung und Ansprache.

*Was genau muss eine Buchhändlerin, ein Buchhändler leisten, damit der Kunde überhaupt seine Bedürfnisse artikuliert?*

Die Buchhändlerin sollte den Kunden mit einer offenen Frage begegnen (Beispiel: «Was gefällt Ihnen besonders an norwegischen Kriminalromanen?»), fragt

die Buchhändlerin auf den Kundenwunsch nach entsprechenden Neuerscheinungen). Dadurch entsteht in der Antwort der Kundin, des Kunden ein Bild – zum Beispiel antwortet der Kunde darauf: «Ich kann die klirrende Kälte Skandinaviens beim Lesen spüren, das gefällt mir besonders gut.» Somit entsteht ein Bild von Kälte, Schnee, Stille usw., das die Buchhändlerin aufgreift und präsentiert dem Kunden einige Neuerscheinungen, wobei sie verbal das Bild benennt, im besten Falle mit anderen Worten (Beispiel: «Fjorde», «Polarlicht» usw.). Nebst dem Hinweis auf die Krimi-Neuerscheinungen kann so die Buchhändlerin mit dem beim Kunden geweckten Bild Zusatzverkäufe erzielen, indem sie auf einen entsprechenden Bildband zum Thema Fjorde etc. hinweist.

*Sie sind gelernte Buchhändlerin – welche Erfahrungen haben Sie im Verkaufsalltag mit dieser Fragestellung gesammelt?*

Meine Erfahrung zeigt, dass die Kunden durch das Benennen der Bilder die bestehenden Bedürfnisse formulieren können und neue Bedürfnisse geweckt werden. Insgesamt haben sie eine besondere Wertschätzung erfahren und mit Freude meine Vorschläge geprüft. Dies bewirkt, dass Stammkundinnen und -kunden motiviert werden, ihre Lesebedürfnisse künftig genauer zu formulieren, was der Buchhändlerin wiederum hilft, mehr Bücher zu verkaufen. Die Buchhändlerin selbst erfährt dadurch aber auch eine Wertschätzung ihrer Tätigkeit, weil die Kundin, der Kunde wieder zurückkehrt. Und ausserdem macht es Spass, der Kundin oder dem Kunden die eigene Empfehlung zu verkaufen.



Mariella De Matteis hat vor 20 Jahren die Lehre zur Buchhändlerin absolviert und sich in Praxis und Theorie mit Methoden beschäftigt, wie mit genauer Beobachtung des Kundenverhalten und mit Verkaufspsychologie der Spass am Bücherverkaufen wächst.

## SBVV-Kurse

### NOVEMBER

#### **Aktiv verkaufen – Kundenbedürfnisse wecken**

*Ein Kurs für alle Mitarbeitenden im Buchhandel, die ihre Strategien für den aktiven Verkauf verbessern möchten. Die TeilnehmerInnen lernen unter der Leitung der Referentin Mariella De Matteis Kundenpräferenzen zu erfragen, Bedürfnisse konkreter zu erfassen und Zusatzangebote zu unterbreiten. Anmeldeschluss: 31.10.2005.*

7.11.2005, Kulturhaus Helferei, Kirchgasse, Zürich. Kosten: Mitglieder SBVV CHF 240.– (zzgl. 7,6% MwSt.), Nichtmitglieder CHF 320.– (zzgl. 7,6% MwSt.). Mehr Infos bei Susanne Weibel, SBVV Geschäftsstelle, Tel. 044 421 28 06, susanne.weibel@swissbooks.ch

•••

#### **Das Lektorat – eine Einführung**

*In diesem Basiskurs für Berufsanfängerinnen und andere Interessierte lernen Sie das Berufsbild des Lektors/der Lektorin und seine/ihre verschiedenen Aufgabenbereiche kennen. Inhalt: Programmgestaltung, -planung, Bearbeitung des Manuskripts, Projektbetreuung. Kursleiterin ist Regula Walser. Anmeldeschluss: 9.11.2005.*

18.11.2005, Geschäftsstelle SBVV, Alderstrasse 40, 8008 Zürich; Kosten: Mitglieder SBVV CHF 240.– (zzgl. 7,6% MwSt.), Nichtmitglieder CHF 320.– (zzgl. 7,6% MwSt.). Mehr Infos bei Susanne Weibel, SBVV Geschäftsstelle, Tel. 044 421 28 06, susanne.weibel@swissbooks.ch

•••

#### **Professionelle Vertriebsarbeit im Publikumsverlag – Basiswissen**

*Das Seminar wendet sich an Mitarbeiter von Vertriebs-, und Marketingabteilungen in Verlagen, an Neueinsteiger in die Branche sowie an Verlagsmitarbeiter anderer Abteilungen, die einen fundierten Überblick über die wichtigsten Abläufe, Strukturen und Begrifflichkeiten der Vertriebsarbeit bekommen möchten. Inhalt: Der Referent, André Brenner, Vertriebs-, Marketing- und Werbeleiter im Verlag C.H. Beck, und Dozent für Vertriebsarbeit an den Universitäten München und Bamberg gibt einen fundierten Überblick über die wesentlichen Strukturen und Abläufe in Vertriebs- und Marketingabteilungen professioneller Publikumsverlage. Es vermittelt zudem Kenntnisse der unterschiedlichen Märkte und ihrer vertrieblichen Abdeckung. Die Themen sind: Wer sind meine Kunden und wie erreiche ich Sie? Was ist ein Zentrallager und wie komme ich hinein? Welche Funktionen haben die Barsortimente? Was sind die relevanten Nebenmärkte und wie erreiche ich sie?*

21.11.2005, Geschäftsstelle SBVV, Alderstrasse 40, 8008 Zürich. Kosten: Mitglieder SBVV CHF 280.– (zzgl. 7,6% MwSt.), Nichtmitglieder CHF 380.– (zzgl. 7,6% MwSt.). Mehr Infos bei Susanne Weibel, SBVV Geschäftsstelle, Tel. 044 421 28 06, susanne.weibel@swissbooks.ch