



## Gebote für Daimler-Benz-Verkäufer

1. Arbeite stets streng nach Deinem Tagesplan; Du ersparst Dir damit Zeit und erhöhst Deine Leistung.
2. Sei stets von der Güte und Leistungsfähigkeit der Marke, die Du zu vertreten den Vorzug hast, überzeugt; vergiss aber auch nie, dass dieser Vorzug Dir die Pflicht auferlegt, Deine Interessenten oder Kunden, und zwar ohne jede Ausnahme, stets mit ausgesuchter Höflichkeit und Zuvorkommenheit zu behandeln.
3. Versuche nach Möglichkeit zu erfahren, wann Du den Kunden besuchen kannst, ohne ihn in seiner geschäftlichen Tätigkeit zu stören. Vermeide tunlichst telefonische Anfragen, da Du auf diese oft eine abweisende Antwort erhältst.
4. Fühle Dich nicht als Verkäufer geeignet, solange Du mit Herzklopfen vor der Türe Deines Interessenten stehst. Selbstsicherheit und Selbstvertrauen sind die erste Vorbedingung für den Erfolg. Du unterliegst sonst mit dem besten Fabrikat dem gewandteren Konkurrenten.
5. Vertraut sein mit allen Eigenschaften sämtlicher Konkurrenzfabrikate ist ebenso wichtig, wie mit denjenigen Deiner eigenen Fabrikate.
6. Operiere nie mit Phrasen, unnatürlichen oder gar unwahren Darstellungen, Du dienst damit weder dir noch Deiner Firma.
7. Vermeide es stets, den Nichtfachmann mit komplizierten technischen Darlegungen gewinnen zu wollen. Sei bemüht, diesem die konstruktiven Vorzüge Deines Fabrikates so allgemein verständlich wie möglich darzustellen. Ein Fachmann gibt Dir von selbst genügend Gelegenheit, Dein technisches Wissen an den Mann zu bringen. Dabei keine Schwäche zu zeigen, entscheidet alsdann den Erfolg.
8. Gib einem Interessenten stets Gelegenheit, seine Wünsche zu äußern. Stelle den Verwendungszweck dar, berate ihn uneigennützig anhand unseres großen Verkaufsprogramms. Denke daran, dass häufig auch eine Frau und Familie mit entscheidend ist. Halte Dir stets vor Augen, dass die beste Empfehlung für das Fabrikat und auch für Dich selbst immer ein gut beratener und zufriedener Kunde ist.
9. Versuche nie, den alten Wagen Deines Interessenten herabzusetzen, Du würdest ihn damit sicher kränken.

**10.** Verlasse Dich nicht auf Äußerungen, wie „in diesem Jahre kauf ich nichts mehr“ oder „vor Sommer oder Herbst kommt nichts in Frage“. Versuche stets rechtzeitig zur Stelle zu sein, Du erlebst sonst oft die bittere Enttäuschung, dass Dein Interessent oder Kunde schon bald als Käufer eines anderen Fabrikats in der Zulassungsstelle erscheint.

**11.** Äußere Dich nie abfällig über ein Konkurrenzfabrikat. Diese armselige Waffe ist eines Mercedes-Benz-Verkäufers nicht würdig. Du hast genügend Argumente, die Bevorzugung Deines Fabrikats zu erreichen. Dein ganzes Verhalten muss stets so sein, dass Du dem Interessenten oder Kunden unbedingtes Vertrauen abzwingst.

**12.** Lege stets Sorgfalt auf Dein Äußeres und achte darauf, dass auch der Zustand Deines Vorführwagens ein würdiger ist. Der erste Eindruck ist immer der nachhaltigste. Sauberkeit, auch unter der Haube, im Innenraum, im Kofferraum, saubere Aschenbecher, eine richtiggehende Uhr sind ebenfalls sehr wichtig. Beschädigte Lackierung, fleckige Cabriolet-Verdecks, Schmutzecken an weniger leicht zugänglichen Stellen sind immer verkauferschwerend. Sorge dafür, dass Dein Vorführwagen sich in allerbestem Zustand befindet. Behandle ihn aber auch diesem wichtigen Werkzeug entsprechend, also mindestens ebenso gut, als wenn er Dein Eigentum wäre.

**13.** Neben geschickter, mündlicher Verhandlung ist der Eindruck der Vorführungsfahrt von ausschlaggebender Bedeutung. Jeder Interessent hat – je nach seiner Eigenart – hierfür seine besonderen Wünsche. Grundsätzlich falsch ist es, von vereinzelt Ausnahmen abgesehen, die Vorführung rennmäßig zu gestalten. Übermäßiges Schalten ist zu vermeiden. Die Vorführungsfahrt ist so durchzuführen, dass jeder Interessent das unbedingte Gefühl der Sicherheit und der leichten Bedienbarkeit hat. Jeder Interessent setzt bei der Vorführung voraus, dass der Mann der Firma am Steuer ein hervorragender Fahrer ist und führt deshalb mit Recht jeden Fehlgriff oder jede unangenehme Erscheinung auf einen Mangel des Fabrikats zurück.

**14.** Versuche nicht, ein schwieriges Geschäft auf jeden Fall allein tätigen zu wollen. Du dienst Dir und Deiner Firma mehr, wenn ein solches Geschäft mit Unterstützung gemacht wird, als wenn es Deiner unrichtigen Einstellung wegen an die Konkurrenz verloren geht.

**15.** Bleibe auch nach der Lieferung in steter Verbindung mit Deinen Kunden und halte Dich auch dann jederzeit zur Verfügung, wenn etwa einmal Beanstandungen entgegenzunehmen sein sollten.

**16.** Betrachte auch einen Interessenten oder Kunden nie als verloren, bevor er nicht einen anderen Wagen tatsächlich zugelassen hat.