

## Warum Kunden (nicht) kaufen

» Hier geht's  
direkt  
zum Buch

# DAS VORWORT

## Geleitwort

Was machen Apple und Ikea eigentlich im Verkauf so besonders? Wo können wir von Dr. Mark Beneke lernen und sollten Kahnemann hinterfragen? Und ist Social Selling wirklich eine so gute Idee?

Und sollten wir uns nicht alle fragen, wie in aller Welt wir einstellige Conversion Rates noch entschuldigen oder sogar zulassen können? 20 % ist die neue Benchmark.

Es ist mir eine große Ehre, dieses Geleitwort für das Fachbuch »Warum Kunden (nicht) kaufen« von Katharina Stapel verfassen zu dürfen. Mein Name ist Pascal Fantou, und ich bin seit Ende der 1990er im Bereich Digital Marketing & Sales tätig. In mehreren Funktionen, unter anderem als Leiter der »Global Digital Growth & Strategy«, durfte ich mit Katharina in Projekten zusammenarbeiten und habe dabei umfassende Einblicke in ihre Denk- und Arbeitsweise gewonnen, die in diesem Buch behandelt wird.

Sie hat geliefert, was sie versprochen hat.

Wir haben in den Projekten auch viel kontrovers diskutiert. Aber ich habe eines gelernt. Es ergibt Sinn, ihr genau zuzuhören. Was sie selbst übrigens immer als Erstes macht. Dieses genaue Zuhören bildet auch den Kernpunkt, um den Kunden besser zu verstehen. Und dann ein Angebot zu machen, das für ihn passt, nicht nur für uns als Anbieter.

In der Zusammenarbeit hatte ich viele Wow-Momente. Und genauso ging es mir erneut beim Lesen des Buchs. Ich kann heute keine E-Commerce-Shops mehr ansehen, ohne dass mir diese unglaublichen Denkfehler ins Auge springen, die sie in diesem Buch schildert. Ich habe dabei viel gelernt und bin neugierig darauf geworden, noch mehr darüber zu erfahren.

Also lesen Sie dieses Buch nur, wenn Sie dafür bereit sind. Und ich kann Ihnen auch vorhersagen, Sie werden gegen Wände laufen. »Das haben wir noch nie so gemacht!«, wird heute häufiger in der Onlinewelt gesagt als offline. Es ist ein Drama.

Ich halte das vorliegende Werk für einen Meilenstein. Und wir werden die Veränderung sehen. Bei welchen Shops wird den Kunden weiterhin das fürchterliche Selbstbedienungsregal einer Kategorieseite um die Ohren gehauen? Und wo wer-

den Sie als Kunde ernst genommen, wo wird nach Ihrem Bedarf gefragt, und wo werden Sie dann sauber durch den Verkaufsprozess geführt?

Ich freue mich auf diese Zukunft. Wir alle sind Kunden, wir alle sind auch Verkäufer. Und wir haben Besseres verdient. Auf beiden Seiten. Packen wir es an!

Ich danke Ihnen, dass Sie jetzt mit dabei sind, diesen Weg zu beschreiten. Und ich danke dir, Katharina, dass ich dieses Geleitwort schreiben durfte.

**Pascal Fantou**

München, den 12.7.2024