

KOMMUNIKATION

Wie Verkäufer an Ausstrahlung gewinnen

Manche Menschen sind auf Anhieb sympathisch - und gerade Verkäufer mit einer gewinnenden, positiven Ausstrahlung haben es leichter, auf andere glaubhaft und authentisch zu wirken. Wer weiß, wie man Gedanken und Gefühle beeinflussen kann, ist auch in der Lage, seinen Auftritt und seine Kommunikation entsprechend positiv und authentisch zu gestalten.

Warum wirken manche Menschen auf andere auf Anhieb sympathisch - so sympathisch, dass man ihnen sogar kleine Fehler verzeiht? Warum gelingt es manchen Verkäufern, ihren Kunden im Nu das Gefühl zu vermitteln: „Mir können Sie vertrauen“? Warum halten sie, obwohl sie fachlich eher durchschnittlich sind, nach Kundenbesuchen fast immer einen Auftrag in der Hand?

Die Ursache liegt in der Persönlichkeit und in dem Gefühl, das sie durch ihr Auftreten ihrem Gesprächspartner vermitteln, erläutert Ingo Vogel, Verkaufs- und Rhetoriktrainer aus Esslingen. „Sehr gute Verkäufer ähneln in mancher Hinsicht Kindern“, so Vogel. „Wenn Kinder einen anstrahlen, muss man meist zurücklächeln. Selbst wenn man gerade noch wütend war. Denn ihrem unschuldigen Lächeln und ihrem offenen Blick kann man sich schwer entziehen. Sie lassen Widerstände und Barrieren schmelzen.“

GEDANKEN UND GEFÜHLE GEZIELT BEEINFLUSSEN

Diese Eigenschaft, die Kinder haben, können Verkäufer bei sich reaktivieren. Ingo Vogel rät, es einfach einmal auszuprobieren: Zum Beispiel im Aufzug. Wenn man beim Betreten mit ernster Miene und gesenktem Blick „Guten Tag“ sagt, werden die meisten Personen beharrlich schweigen. Anders ist die Reaktion, wenn man zuvor an etwas Positives denkt und lächelt: Dann werden zumindest einige Personen aufschauen und lächelnd den Gruß erwidern. Und es werden sogar welche das Gespräch suchen - und sei es nur, dass sie fragen: „In welches Stockwerk möchten Sie?“

„Über unsere Gedanken können wir unsere Gefühle und damit auch unsere Ausstrahlung beeinflussen“, so Ingo Vogel. „Und damit beeinflussen wir auch die Reaktion anderer Menschen auf uns.“ Umgekehrt führen natürlich auch negative Gedanken zu negativen Reaktionen - wenn auch nicht unbedingt sofort. Doch sie wirken sich auf unser Handeln und unsere Antriebskraft aus. Beispiel: Ein Verkäufer, der vor einem Kundentermin denkt „das klappt ja sowieso nicht“ oder „daraus wird ja eh' kein Auftrag“, der wird sich entsprechend unsicher und unwohl fühlen. Und er wird im Gesprächspartner einen Gegner sehen, den es zu überwinden gilt. Dies signalisiert er ihm unbewusst über seine Körpersprache: seine Mimik, Stimme und Blicke. Auf diese Weise erreicht er automatisch, dass der Gesprächspartner auf Distanz geht und eine misstrauisch-abwartende Stellung einnimmt.

Wer also seinen Gesprächspartner für sich gewinnen will, muss ihm Interesse an seiner Person signalisieren. Dafür genügt es nicht, sein professionelles Verkäufer-Lächeln aufzusetzen und ihm durch seine Körpersprache scheinbare Offenheit zu signalisieren. Denn eine aufgesetzte Körpersprache, hinter der keine wirklichen Gefühle stecken, wirkt schnell unecht und stereotyp, warnt Ingo Vogel.

Sich vor wichtigen Terminen - also zum Beispiel vor einer Vorstandspräsentation oder einem Gespräch mit Schlüsselkunden - in eine positive Grundstimmung zu versetzen, kann man trainieren. Dafür gibt es Übungen und Methoden, zum Beispiel, indem man sich bewusst an positive Erlebnisse erinnert. Wer dies regelmäßig tut, dem gelingt es mit der Zeit, sich auf wichtige Gespräche einzustimmen, dass quasi auf Knopfdruck seine Augen strahlen und die Menschen ein Lächeln aus seiner Stimme heraushören.

DEN GESPRÄCHSPARTNER ALS PERSON WAHRNEHMEN

„Wer gut ankommen will, muss auch genau hinsehen und hinhören“, so Ingo Vogel. „Er muss die Situation seiner Mitmenschen wahrnehmen und darauf eingehen. Er sollte zum Beispiel registrieren, wenn sein Gesprächspartner sich gerade im Stress befindet.“ Ein echter Türöffner kann es sein, wenn der Verkäufer zum Kunden sagt: „Bei Ihnen geht es im Moment aber hoch her.“ Denn damit bietet er dem anderen die Möglichkeit, sein Herz auszuschütten - wenn dieser es möchte - und die eigene Wichtigkeit zu unterstreichen. Folgt dann noch das Angebot „Soll ich noch ein paar Minuten draußen warten“, hat der Verkäufer oft schon gewonnen - selbst wenn der Kunde das Angebot nicht annimmt. Doch er spürt: Hier ist jemand, der mich und meine Situation wahrnimmt und versteht. Also fasst er Vertrauen.

DEN GESPRÄCHSPARTNER AKTIVIEREN

Ist die Basis für ein erfolgreiches Gespräch gelegt, gilt es, dafür zu sorgen, dass der „Draht“ nicht abreißt. Verkäufer sollten deshalb während des Gesprächs immer wieder prüfen, ob die Chemie noch stimmt. Weicht der Gesprächspartner plötzlich seinen Blicken aus, zeigt dies, dass die Beziehung nicht mehr im Reinen ist. Ebenso verhält es sich, wenn sich das Gegenüber zunehmend in seinem Sessel „verkriecht“ und immer spärlicher auf die Worte und Gesten des Verkäufers reagiert. Dann ist es dessen Aufgabe, ihn wieder ins Boot zu holen: Am einfachsten gelingt dies mit Rückfragen. Zum Beispiel: „Wenn ich Sie richtig verstanden habe, dann sind Ihnen folgende Punkte wichtig: Erstens ... zweitens ... drittens ... Welche weiteren Punkte gibt es?“ Dadurch veranlasst man den anderen, wieder aktiv zu werden.

21.11.2006

Impressum

Herausgeber: sales!perfect Chris E. Wagner (verantwortlich für den Inhalt i.S.d.P), Kleinstraße 54, 81379 München, sales!perfect-Servicetel.: 0 89 - 72 45 87 85, Fax: 0 89 - 72 45 87 88, E-Mail: info@salesperfect.de, individueller Coaching-Letter, Erscheinungsweise: wöchentlich, Abonnement unter www.salesperfect.de. Die Beiträge und Inhalte sind mit Sorgfalt recherchiert. Dennoch wird eine Haftung ausgeschlossen.

© Copyright sales!perfect 2006.