



Foto: Elektrohaus Marenndorf

So ist's richtig: Der Händler muss gezielte Gesprächspausen einsetzen, um den Kunden nicht mit zahlreichen Produktinformationen zu überfordern.

Reden ist Silber – Schweigen ist Gold

„Kann der nicht mal den Mund halten?“ Das denken Kunden zuweilen im Kontakt mit Verkäufern. Denn pausenlos quasseln sie auf ihr Gegenüber ein. Dabei sind Pausen in Verkaufsgesprächen sehr wichtig, wie Ingo Vogel in seinem Gastbeitrag erläutert. Sie dienen zum Luftholen, Voraus- sowie Nachdenken und Erzielen der gewünschten Wirkung.

Was zeichnet einen guten Witze-Erzähler aus? Unter anderem, dass er beim Erzählen immer wieder Sprechpausen macht. Zum Beispiel, um sich zu vergewissern, dass er noch die volle Aufmerksamkeit der Zuhörer hat. Außerdem, um die Spannung zu erhöhen, bevor er die Pointe platzen lässt. Ebenso ist es bei einem guten Vortragsredner. Auch er macht beim Reden viele Pausen - selbst wenn er alleine auf der Bühne steht und ihm niemand das Mikrophon entreißen kann. Denn er weiß: Damit meine Worte die gewünschte Wirkung erzielen, muss ich nicht nur mein Sprechtempo und die Lautstärke variieren. Nein, ich muss auch regelmäßig Sprechpausen einlegen; Pausen, in denen ich zum Beispiel innerlich langsam bis drei zähle, während mein Blick übers Publikum schweift. Und erst dann sage ich: „Ich verrate Ihnen ein Geheimnis aller Top-Redner.“ Eins, zwei, drei. „Sie machen beim Reden oft Pausen - um die Spannung der Zuhörer zu erhöhen.“ Und nach einer solchen Aussage machen Sie erneut eine Pause: Eins, zwei, drei - damit ihre Aussage wirken, also in den „Gedanken-Speicher“ ihrer Zuhörer eindringen kann. Leider vergessen viele Verkäufer, wie wichtig Phasen der Ruhe zum Erzielen der gewünschten Wirkung sind. Dabei sagt schon der Volksmund: „Reden ist Silber,

Schweigen ist Gold.“ Fast alle Verkäufer wissen heute zwar: „Wer fragt, der führt.“ Doch wirklich verinnerlicht haben sie diese Aussage nicht. Das zeigt sich oft bereits während der für den Verkaufserfolg so wichtigen Bedarfsermittlung in Kundengesprächen. Dann quasseln Verkäufer

häufig, kaum hat der Kunde ihnen die erste Info gegeben, so wild drauflos, dass ihnen selbst nach einiger Zeit die Luft und Spucke wegbleibt. Und der Kontakt zum Kunden? Er geht verloren - wenn er so überhaupt zustande kam.

Die meisten Verkäufer haben auch schon den Satz gehört: „Wer fragt, der lenkt, was der Kunde denkt.“ Doch sie vergessen oft: Sogar „kleine Einsteins“ benötigen zum Nachdenken und Verarbeiten des Gehörten zuweilen Zeit - also auch sie und ihre Kunden. Deshalb rauschen ihre Worte wirkungslos an den Kunden vorüber, weil sie sich zwischendurch nicht die Zeit nehmen, um zu überprüfen: Wie kommen meine Worte beim Gegenüber an?

Und ihre Kunden? Sie sind von dem Redeschwall und der Argumentationsflut oft überfordert. Die Folge: Sie schalten innerlich ab und verlieren die Lust am Gespräch mit dem Verkäufer und an dessen Produkt. Und gegen Ende des Gesprächs sagen sie, „Ich denke zu Hause noch einmal in Ruhe darüber nach“, und verschwinden auf Nimmerwiedersehen.

Echte Spitzenverkäufer, die fit im emotionalen Verkaufen sind, wissen, wie wichtig Pausen sind, um ein gutes Gesprächsklima zu schaffen und die Kunden in Kauflaune

Fortsetzung Seite 18

Der Autor

Ingo Vogel ist Verkaufs- und Rhetoriktrainer. Er gilt als „der Experte für emotionales Verkaufen“. Vor seiner Trainer- und Beratertätigkeit absolvierte er ein Ingenieur-Studium mit Prädikatsexamen und war zehn Jahre Leistungssportler. Ingo Vogel ist Autor der Bestseller „So rede ich mich an die Spitze“, „So verkaufen Sie sich richtig gut“ und „Das Lust-Prinzip - Emotionen als Karrierefaktor“. Im September 2009 erschien im Gabal Verlag, Offenbach, sein neuestes Buch „Top Emotional Selling: Die 7 Geheimnisse der Spitzenverkäufer“.



zu versetzen. Deshalb nehmen sie in Verkaufsgesprächen, wenn sie oder der Kunde etwas Wichtiges gesagt haben, oft den Fuß vom Gas - speziell dann, wenn sie zum Verkaufsabschluss kommen möchten. Sie lehnen sich (innerlich) entspannt zurück. Sie atmen durch. Sie schauen den Partner freundlich an. Sie warten, was kommt. Oder kurz: Sie machen eine Sprechpause. Hier folgen neun gute Gründe für mehr (Sprech-)Pausen in Verkaufsgesprächen:

1. Pausen sorgen für einen guten ersten Eindruck!

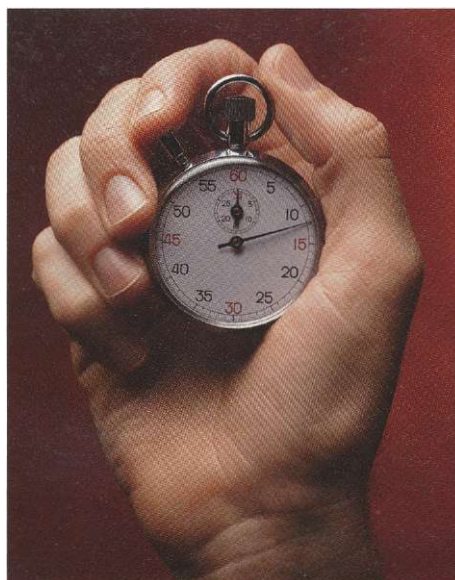
Beginnen Sie ein Kundengespräch mal nicht mit dem üblichen langweiligen Verkäufer-Small-Talk. Sagen Sie stattdessen nach der Begrüßung einfach mal nichts, während Sie Ihr Gegenüber interessiert anschauen. Das ist ein echtes Aha-Erlebnis für den Kunden und hebt Sie positiv von der Masse Ihrer Verkäufer-Kollegen ab. Also sind Sie dem Kunden sympathisch.

2. Pausen fördern und verstärken den Blickkontakt!

Fakt ist: Je mehr ein Verkäufer redet, desto weniger Blickkontakt hat er mit dem Kunden. Das heißt, die persönliche Beziehung geht schnell verloren. Denn diese wird weitgehend über den Blickkontakt hergestellt und aufrechterhalten. Machen Sie deshalb beim Reden immer wieder Pausen. Und sei es nur, um den Blickkontakt wieder herzustellen und dem Kunden zu signalisieren: Ich nehme dich als Person noch wahr.

3. Pausen erleichtern dem Verkäufer das Vorausdenken!

Reden und gleichzeitig denken - das fällt fast allen Menschen schwer. Wer pausenlos redet, kann meist nur sein antrainiertes Programm herunterspulen. Ein individuelles Eingehen auf den Kunden ist so nur bedingt möglich. Denn dies setzt neben einem sensiblen Wahrnehmen des Gegenübers ein regelmäßiges Nachdenken und Anpassen des Verhaltens voraus. Auch deshalb machen Spitzenverkäufer oft Pausen, um zu beobachten, nach- und vorauszudenken, damit sie den Kunden ganz individuell ansprechen können.



Zeit ist Geld? Nicht immer. Statt den Kunden beim Verkaufsgespräch unter Druck zu setzen, sollten Sie ihm Zeit zum Überlegen und Nachfragen geben.

4. Pausen vermeiden Missverständnisse!

Oft kommen Verkäufer-Botschaften in Kundengesprächen nicht wie gewünscht an - ohne dass dies der Verkäufer registriert. Regelmäßige Gesprächspausen erleichtern es dem Kunden, das Gehörte zu verstehen und einzuordnen. Sie eröffnen ihm zudem die Chance, über wichtige Fragen, ungeklärte Einwände und persönliche Wünsche nachzudenken und diese zu artikulieren. Also kann der Verkäufer hierauf reagieren. Dies zahlt sich aus, wenn der Verkäufer zum Abschluss kommen möchte. Denn dann sind alle Fragen geklärt und der Kunde artikuliert kein „Ja, aber...“.

5. Pausen dienen dem Angleichen und dem Miteinander!

Im Verlauf von Verkaufsgesprächen wandelt sich oft die Stimmungs- und Bedürfnislage der Kunden. Relaxe Kunden werden plötzlich unruhig und nervös. Interessierte Kunden reagieren plötzlich gleichgültig. Kunden, die sich zunächst primär für die Technik interessierten, interessieren sich plötzlich fürs Design. Auch deshalb sind Pausen wichtig, um zu checken: Schwimmen wir noch auf einer Wellenlänge? Pausen wirken wie ein positiver Reset: Verkäufer und Kunde haben die Möglichkeit, vor- und nachzudenken, den anderen anzuschauen und auf dessen (Körper-)Botschaften zu reagieren.

6. Pausen wirken respektvoll und höflich, offen und souverän!

Kunden wollen als Person wahrgenommen und gehört werden. Das setzt voraus, dass

man ihnen die Chance gibt, das Wort zu ergreifen - ohne den Verkäufer zu unterbrechen. Auch deshalb sind Pausen wichtig. Sie signalisieren dem Kunden: Ich bin offen für deine Fragen, Einwände und individuellen Wünsche - und habe keine Angst vor ihnen. Das tut dem Kunden gut und weckt sein Vertrauen. Denn ein Verkäufer, der jederzeit für Fragen und Einwände offen ist, ist in seinen Augen souverän.

7. Pausen erhöhen die Aufmerksamkeit!

Gesprochen wird in Verkaufsgesprächen meist viel - zu viel. Entsprechend schwierig ist für die Kunden, alle Infos zu speichern und richtig einzuordnen. Signalisieren Sie deshalb Ihren Kunden vor einem wichtigen Argument, einer wichtigen Frage oder Bitte durch ein kurzes Schweigen mit Blickkontakt: „Bitte spitzen Sie jetzt Ihre Ohren und schenken Sie dem, was nun kommt, Ihre volle Aufmerksamkeit. Denn ...“

8. Pausen verstärken die Botschaft und erhöhen die Abschlussquote!

Gerade nach wichtigen Aussagen, wie z.B. dem Nennen des zentralen Kaufarguments, gilt das Gebot: Schweigen ist Gold. Denn wenn Sie jetzt unmittelbar weiterreden, dann mindert dies die Wirkung Ihrer Botschaft. Sie geht sozusagen in den folgenden Worten unter. Machen Sie deshalb nach jeder wichtigen Aussage eine Pause. Dies gilt insbesondere beim Abschluss: Nennen Sie dem Kunden mit der größten Selbstverständlichkeit Ihren Preis und empfehlen Sie ihm die nächsten Schritte (und strahlen Sie dabei eine hohe Verbindlichkeit aus). Und danach? Dann schweigen Sie ... und schauen, wie das alles auf den Kunden wirkt und ob er hierauf wie gewünscht reagiert.

9. Pausen sorgen für Intimität und festigen die Beziehung!

Guten Freunden hört man gerne zu. Deshalb sind Pausen im Verkaufsgespräch ein Höchstmaß an zwischenmenschlicher Aufmerksamkeit und Wertschätzung. Sie machen aus Kunden Partner. Gute Freunde können auch gemeinsam schweigen - ohne sogleich panisch zu denken, „Huch, wir haben uns nichts mehr zu sagen. Jetzt reißt unsere Beziehung ab“. Nein, sie genießen sogar gemeinsam diese Momente der Ruhe und Nähe, in denen sie ihre Gedanken ordnen und in sich hineinhorchen können. Gönnen Sie auch sich und Ihren Kunden dieses Gefühl von Nähe. Denn gemeinsam schweigen zu können, ist oft ein Zeichen von Vertrauen und Verbundenheit.