



Der erste Eindruck

Gut ankommen

Der erste Eindruck - er ist für den Erfolg von Verkaufsgesprächen von entscheidender Bedeutung. Denn von ihm hängt ab, wie das Gespräch verläuft. Also sollten Finanzberater ihn gezielt beeinflussen.

Sie treffen eine Person - zum ersten Mal. Und noch während die Person auf Sie zugeht, ist sie Ihnen sympathisch - noch bevor sie ein Wort sagt. Entsprechend offen reagieren Sie. Oder umgekehrt: Eine Person ist Ihnen auf Anhieb unsympathisch. Entsprechend „cool“ bleiben Sie.

Gewiss haben Sie das schon mal erlebt und sich gefragt: „Wie ist das möglich? Das ist doch irrational!“ Stimmt! Aber wie Ihnen geht es allen Menschen. Wenn wir jemanden erstmals treffen, entscheidet sich meist binnen weniger Augenblicke, wie der Kontakt verläuft.

Verkäufer sollten wissen: Jetzt kommt's drauf an. Sind Sie und Ihr Gesprächspartner sich sympathisch, werfen Sie sich wechselseitig die Bälle zu. Entsprechend einfach können Sie das Gespräch lenken. Sind Sie Ihrem Partner hingegen unsympathisch und fasst er kein Vertrauen, verläuft das Gespräch stockend. Das wirkt sich auch auf das Ergebnis aus. Denn wenn das Gespräch nicht „flutschte“, fällt es Ihnen auch schwer, mit Ihrem Partner eine verbindliche Absprache zu treffen - wie z. B., dass er den Vertrag unterschreibt oder mit Ihnen einen Folgetermin vereinbart.

Wenn wir einen Menschen erstmals treffen, ist er in der Regel für uns ein „unbeschriebenes Blatt“. Wir haben zwar eventuell eine Vorstellung, wie der andere sein könnte. Doch noch sind wir bereit, dieses Bild schnell zu revidieren. Aber was geschieht genau in diesem Moment? Dies sei an einem Beispiel illustriert. Nehmen wir an, Sie besuchen erstmals einen potenziellen Kunden - in seinem Büro. Sie öffnen die Tür, schauen in den Raum und orten Ihren Gesprächspartner am Schreibtisch. Während Sie die Türschwelle betreten, schaut der Kunde hoch, steht auf, signalisiert Ihnen „Treten Sie ein“ und läuft auf Sie zu. In den wenigen Sekunden, die bis zum begrüßenden Händedruck verstreichen, hat sich meist bereits bei beiden Beteiligten der erste Eindruck gebildet.

Vorsicht vor der „mittleren Schublade“.

Als Folge hiervon werden Sie in eine der drei Schubladen gesteckt, die Ihr Schicksal bedeuten. Auf diesen kann z. B. „sympathisch“, „nichtssagend“ und „unsympathisch“ stehen. Oder: „Schmierige Verkäufertyp“, „08/15-Verkäufer“ und „seriöser Kundenberater“. Gemeinsam ist ihnen: Sie können die Schubladen nur schwer wieder öffnen.

Das Einsortieren erfolgt anhand vieler Faktoren. Diese lassen sich drei Kategorien zuordnen:

- Erscheinungsbild (wie Kleidung und Statur)
- Körpersprache (wie Haltung, Gang und Mimik)
- Sprache (wie Wortwahl und Sprechweise)

Letztlich entscheiden also „Äußerlichkeiten“ darüber, ob Ihnen jemand seine Gunst schenkt.

Am schlimmsten ist die mittlere Schublade - also die Schublade, auf der z. B. „nichtssagend“ oder „08/15-Verkäufer“ steht. Wenn Sie in diese Schublade gesteckt werden, bedeutet dies: Sie hinterlassen keine individuelle Duftnote. Sie sind austauschbar.

Zeigen Sie also Profil. Haben Sie den Mut, etwas anders als Ihre Mitbewerber zu sein. Z. B. aufgrund Ihrer Art, sich zu kleiden. Oder wie Sie die Begrüßung gestalten. Oder wie Sie auf Aussagen reagieren. Und vertreten Sie auch Mal eine andere Meinung als Ihr Gesprächspartner - selbst auf die Gefahr hin, dass dieser Sie verdutzt anschaut. Denn dies

bedeutet: Sie haben seine Aufmerksamkeit geweckt. Er nimmt Sie wahr. Also ist die Basis für eine echte Kommunikation gelegt.

Den ersten Eindruck gezielt beeinflussen. Doch wie genau entsteht der erste Eindruck? Zurück zum Beispiel. Sie laufen auf die unbekannte Person zu. Was nehmen Sie zuerst wahr? Richtig, das äußere Erscheinungsbild. Also z. B. die Kleidung. Sie ist ein wichtiges Instrument, um die gewünschte Botschaft an andere Personen zu senden. Z. B.: Ich bin seriös. Oder: Ich bin wertkonservativ. Also sollten Sie die passende Kleidung wählen.



Schon vor dem begrüßenden Händedruck hat sich meist bei beiden Beteiligten der erste Eindruck gebildet.

Als nächstes registrieren Sie die Körpersprache. Hierzu zählen unsere Haltung und unser Gang; des Weiteren unsere Mimik und unser Blick. Aber auch, ob unser Händedruck eher zupackend oder lasch, warm oder kalt ist.

Authentisch und glaubwürdig bleiben.

Unsere Körpersprache offenbart Vieles - meist ohne, dass uns dies bewusst ist. Was folgt daraus? Müssen wir unsere Körpersprache gezielt steuern - also sozusagen auf Knopfdruck ein Lächeln oder Naserümpfen zeigen? Nein, denn dann verlieren wir unser höchstes Gut: unsere Glaubwürdigkeit und Authentizität.

Auch das haben Sie gewiss schon erlebt. Z. B., wenn ein Verkäufer Sie mit zuckerstüßem Lächeln und ausgewählter Freundlichkeit bediente, Sie jedoch instinktiv spürten „Das kommt nicht von Herzen“ und folglich dachten „Falsche Schlange“. Denn unsere Körpersprache spiegelt unsere Empfindungen und Einstellungen wider. Also kann der Tipp nur lauten: Versetzen Sie sich, bevor Sie einem Kunden gegenüber treten, in die adäquate Stimmung. Z. B., indem Sie, wenn Sie gut überkommen möchten, zuvor im Auto Grimassen schneiden oder an schöne Erlebnisse denken. Sie werden merken: Ihre Stimmung ändert sich - und damit auch Ihre Stimme.

Denn wichtig für den ersten Eindruck ist auch unsere Sprache.

Z. B., ob wir langsam oder schnell, laut oder leise sprechen. Von besonderer Bedeutung sind jedoch Lautstärke und Deutlichkeit der Aussprache. Sie entscheiden darüber, ob wir sicher oder unsicher, engagiert oder eher unbeteiligt wirken.

Sie sehen: Der erste Eindruck wird durch viele Faktoren beeinflusst. Entsprechend viele Stellschrauben gibt es, um bei Kunden den gewünschten Eindruck zu erzeugen. ■

INGO VOGEL

Kontakt
iv@ingovogel.de
www.ingovogel.de

BUCHTIPP

„So reden Sie sich an die Spitze“

Von Ingo Vogel

Econ Verlag

ISBN: 3-54836-925-1