



1 und 2 _ Ausstrahlung, Körpersprache und die Art, wie etwas gesagt wird, entscheiden über den Verlauf eines Verkaufsgesprächs. Es gilt, den potenziellen Kunden emotional anzusprechen, da in Kaufentscheidungen der Bauch eine wichtige Rolle spielt.

Mehr Erfolg im Verkauf

ANDERS ALS ANDERE VERKÄUFER SEIN. WARUM VERKAUFEN MANCHE VERKÄUFER MEHR ALS ANDERE? WARUM GELINGT ES IHNEN, KUNDEN SCHEINBAR MÜHELOS FÜR IHR ANGEBOT ZU BEGEISTERN? EIN FAKTOR IST DIE GESPRÄCHSVORBEREITUNG UND -FÜHRUNG.

Verkäufer Huber besucht Herrn Müller, einen potenziellen Kunden. Sie begrüßen sich und tauschen ihre Visitenkarten aus. Dann macht Huber erst einmal Small Talk - wie immer. Nach ein, zwei Minuten legt er los. Als gäbe es kein Halten mehr, zählt er Müller alle Vorzüge seines Angebotes auf. Nach zwölf Minuten Monolog fragt Huber: »Wäre das was für Ihr Unternehmen?« Müller antwortet: »Nein«. Huber ist sprachlos und fragt sich: Warum sagt der Kunde »nein«? Anders agiert Verkäufer

Schulz. Er versetzt sich vor dem Gespräch mittels mentaler Übungen in Toplaune. Denn er weiß: Wie gut ich ankomme, hängt auch von meiner Ausstrahlung ab. Das ist gerade in der Startphase eines Gesprächs wichtig. Denn wie wir auf unser Gegenüber wirken, darüber entscheidet nur zu sieben Prozent der Gesprächsinhalt. Viel wichtiger ist unsere Körpersprache und wie wir etwas sagen. Nach der Begrüßung und dem Austausch der Visitenkarten sieht Schulz sein Gegenüber freund-

lich an und sagt erst einmal nichts. Dadurch spürt Kunde Müller sofort positiv: Dieser Verkäufer ist anders. Ein lockeres Gespräch entsteht. Eher beiläufig erkundigt sich Schulz nach den Erwartungen: »Herr Müller, sagen Sie mir bitte: Wünschen Sie erst einmal einen allgemeinen Produktüberblick, oder interessiert Sie eine ganze bestimmte Lösung?« Darauf Müller: »Nun, wir stehen vor folgender Aufgabe ...« Verkäufer Schulz greift die Information auf: »Was erwarten Sie von der op-

timalen Lösung?« Dadurch erzeugt Schulz eine Gemeinsamkeit. Zugleich möchte er erkunden: Was ist dem Kunden wichtig? Für Müller sind dies der Preis und die einfache Handhabung. Schulz fragt nach: »Worin würde sich für Sie zeigen, dass die Lösung leicht zu handhaben ist?« Der Grund: Nur so erfährt er die zentralen Kaufentscheidungskriterien und vermittelt dem Kunden das Gefühl: Dieser Verkäufer interessiert sich für meine Probleme. Schulz fasst die Kundenwünsche zusammen. »Sie legen al-



KONTAKT

INGO VOGEL

Ingo Vogel arbeitet als Trainer und Berater. Er ist Experte für Verkaufsrhetorik und Autor des Bestsellers »So verkaufen Sie sich richtig gut«.

TEL _ 0711/7676-303

E-MAIL_iv@ingovogel.de

so besonderen Wert auf ...«
Nach der Bestätigung beginnt Schulz mit der Präsentation seines Lösungsvorschlags - in kundenorientierter Sprache. Er sagt also nicht »Unser Produkt hat...«, sondern »Mit diesem Produkt gewinnen Sie ...«
Er fragt: »Wie interessant ist das für Sie?« So beugt Schulz

möglichen Einwänden in der Abschlussphase vor.

EMOTIONEN WECKEN

Beim Schildern der Problemlösung verwendet Schulz Ausdrücke, die Bilder entstehen lassen - »klar wie ein Gebirgssee« oder »weich wie Nubukleder«. Denn er weiß: Kaufentscheidungen sind oft Bauchentscheidungen. Deshalb nutzt er Wörter, die zum Träumen anregen, da sie positive Empfindungen wecken und zum Zustimmung verleiten. Nun leitet Schulz zum Abschluss über.

Er gibt seine gemütliche Sitzposition auf und nimmt eine aufrechte Sitzhaltung ein. Er sieht sein Gegenüber an und fasst die drei wichtigsten Nutzenargumente zusammen. Die Veränderung der Körperhaltung und -sprache signalisiert: Eine neue Gesprächsphase beginnt. Zugleich signalisiert der



direkte Blickkontakt Offenheit, Ehrlichkeit und Stärke. Dann geht Schulz in die Offensive: »Wie machen wir jetzt am besten weiter? Wollen Sie erst einmal von der Sicherheit einer Testlieferung profitieren, oder gleich den größtmöglichen Gewinn erzielen?« Alternativfragen geben das gute Gefühl, ei-

ne Auswahl zu haben. Schulz fragt also nicht »ob« der Kunde kaufen will, sondern nur noch »was«, »wann«, »wie viel«. Hat der Kunde sich entschieden, dann beglückwünscht er ihn - zum Beispiel mit den Worten: »Herr Müller, ich versichere Ihnen, damit haben Sie eine gute Wahl getroffen.«