



Gute Laune – gutes Geschäft

SIEBEN MERKSÄTZE FÜR EMOTIONALE KUNDENBEZIEHUNGEN

von Ingo Vogel

Will man erfolgreiche Geschäfte machen, sind Sympathie und Vertrauen unabdingbar. Das weiss jeder Verkäufer. Und doch wird bei Verkaufsgesprächen der Fokus viel zu selten auf die emotionale Ebene gelegt.

Im Kontakt mit Verkäufern stellt man immer wieder fest, dass diese sich vor wichtigen Verkaufsgesprächen viel Zeit dafür nehmen, sich zu überlegen, wie sie dem Kunden ihr Produkt am besten präsentieren können. Im Gegenzug dazu werden meist nur wenige Gedanken dafür verwendet, wie der emotionale Draht zum Kunden hergestellt werden kann und wie man sowohl seine Sympathie als auch sein Vertrauen gewinnen kann.

Dabei belegen neben der verkäuferischen Alltagserfahrung viele Studien: Ob sich ein Kunde für das Produkt A oder B entscheidet oder beim

Verkäufer X oder Verkäufer Y kauft, wird weitgehend durch die Emotionen bestimmt – und zwar durch

- die Emotionen, die der Kunde für den Verkäufer und im Kontakt mit ihm empfindet, und ...
- die Emotionen, die der Kunde aufgrund der Vorteile, die ihm das Angebot des Verkäufers verspricht, empfindet.

Ob ein Kunde ein Angebot als «toll», «mittelmässig» oder «unakzeptabel» erlebt, hängt stark von den persönlich-emotionalen Eindrü-

cken ab, die er zuvor vom Verkäufer übermittelt bekam. Wirkt der Verkäufer eher unsympathisch und wenig vertrauenserweckend, steht der potentielle Kunde seinem Angebot wohl eher reserviert gegenüber. Ist der Verkäufer ihm aber sympathisch und weckt er sein Vertrauen, betrachtet er sehr wahrscheinlich auch sein Angebot wohlwollend durch die «rosarote Brille».

Die Emotionen des Kunden beeinflussen

Entsprechend wichtig ist es, dass Verkäufer bei Kunden gut ankommen, einen positiven Ersteindruck hinterlassen, beispielsweise durch die Freundlichkeit, Offenheit und Verlässlichkeit, die sie ausstrahlen. In diesem Fall entstehen beim Kunden die gewünschten positiven Emotionen, die dafür sorgen können, dass Türen in Sekundenschnelle weit geöffnet



Be different! – Wer erfolgreich verkaufen will, muss auffallen.

verhält. Deshalb sind Verkaufsgespräche oft schon nach wenigen Minuten oder gar Sekunden entschieden – nämlich dann, wenn sich der erste Eindruck beim Gegenüber gebildet und verfestigt hat.

Kauflaune bei Kunden erzeugen

Erst nachdem der Kunde den Verkäufer persönlich, emotional «gescannt» (und unbewusst in eine Schublade gesteckt) hat, konzentriert er sich auf die emotionalen Vorteile und den Nutzen von dessen Angebot – also auf die Bedürfnisse, die dieses bei ihm befriedigt, und die positiven Emotionen, die es bei ihm auslöst. Dies geschieht jedoch stets durch die Beeinflussung der persönlich-emotionalen Eindrücke, die der Kunde zuvor vom Verkäufer gewonnen hat. Deshalb stehen Verkäufer, die beim Kunden einen negativen Ersteindruck hinterlassen haben, meist auf verlorenem Posten – ganz gleich, wie sehr sie sich bemühen. Verkäufer hingegen, bei denen der Kunde beim «Scannen» den Eindruck gewonnen hat, im Sinne von «Wow, das ist ein sympathischer und fitter Verkäufer», haben den Auftrag oft schon in der Tasche. Das heisst: Wer als Verkäufer gut drauf ist und beim Kunden eine gute Laune schafft, kommt häufiger zum Ziel. Oder anders formuliert: Mit guter Laune und somit Ausstrahlung (ver-)kauft es sich leichter.

Rufen Sie sich deshalb als Verkäufer vor wichtigen Kundengesprächen folgende sieben Punkte ins Bewusstsein, damit aus ihnen – im positiven Sinne – emotionale Verkaufsgespräche werden.

1. Menschen kaufen Emotionen: Keine Emotion, kein Umsatz! Emotionen steuern (unbewusst) zu mindestens 70 Prozent die Kundenentscheidungen. Zunächst «kauft» der Kunde, was Sie ausstrahlen und erst danach Ihr Angebot. Emotionalisieren Sie daher Ihre Gespräche und Präsentationen.
2. Der Verkaufserfolg beginnt im Kopf! Eine gute Stimmung sorgt für eine gute Gesprächsatmosphäre und damit für einen guten Gesprächsverlauf. Bringen Sie sich daher, bevor Sie Kunden treffen, aktiv in Bestlaune.
3. Der erste Eindruck zählt, der letzte bleibt! Zu Beginn macht Sie Ihre gute Ausstrahlung sympathisch und vertrauenswürdig. Und das

eröffnet Ihnen tolle Gespräche. Am Ende zählt dann besonders Ihre Verbindlichkeit.

4. Ihre Mimik entscheidet! Ihre Körpersprache, insbesondere die Mimik, signalisiert dem Kunden: Freund oder Feind? Denken Sie in Ihren Verkaufsgesprächen daran.
5. Glaubwürdigkeit ist das A und O! Passt Ihr Verhalten und Ihre Stimme dazu, was Sie gerade (aus-)sagen? «Was» Sie sagen, ist zwar wichtig; noch entscheidender ist aber das «Wie» (Verhalten/Stimme), also die Emotion.
6. Be different! Menschen lieben und vertrauen Marken. Werden Sie zu einer echten, leidenschaftlichen Marke, indem Sie Ihre Ecken und Kanten zeigen und für eine emotionale Botschaft stehen.
7. Beschenken Sie Ihre Kunden! Mit Zeit, positiven Emotionen und ehrlichem Interesse beziehungsweise Aufmerksamkeit.

Wenn Sie diese sieben Punkte bei Kundenkontakten beherzigen, begeben Sie sich auf die Erfolgsspur. Das heisst, Sie erzielen mehr Abschlüsse in kürzerer Zeit. Denn, weil sich die Kunden im Kontakt mit Ihnen wohlfühlen und spüren, dass Sie sie als Person wertschätzen, schenken sie Ihnen auch ihr Vertrauen.

Weitere Informationen

Ingo Vogel

ist Rhetorik- und Verkaufstrainer. Er gilt als der Experte für «emotionales Verkaufen» und «emotionale Verkaufsrhetorik». Der ehemalige Vertriebsingenieur und Leistungssportler ist unter anderem Autor der Bestseller «So reden Sie sich an die Spitze – Sprache als Erfolgsinstrument» und «Top Emotional Selling – Die 7 Geheimnisse der Spitzenverkäufer».

info@ingovogel.de

werden. Gleichzeitig kann eine positive Chemie zwischen dem Verkäufer und dem Kunden für tolle Gespräche sorgen, welche einen allenfalls auf die Erfolgsspur bringen. Grund dafür ist, dass der Kunde den Verkäufer als sympathisch, authentisch und somit auch als glaubwürdig erlebt.

Letztlich entscheiden also die Emotionen, die zwischen Kunde und Verkäufer hin und her fließen, darüber, wie ein Kunde auf einen Verkäufer und dessen Angebot reagiert. Oder anders formuliert: «So, wie es in den Wald hineinschallt, so schallt es heraus.» Denn die sogenannten Spiegelneuronen im Gehirn des Kunden sorgen dafür, dass er sein Empfinden und Verhalten dem des Verkäufers angleicht. Das bedeutet: Der Kunde reagiert auf den Verkäufer emotional genau so, wie dieser sich