



Abb.: altkor-vorper/hotstockphoto.com

# WIE KUNDEN „TICKEN“ UND WAS SIE LIEBEN

**14 NEUROMARKETINGTIPPS** \\\ Wenn Sie beim Verkaufsgespräch ans Ziel kommen wollen, sollten Sie sich schon vorab fragen: Wie kann ich emotional bei Kunden punkten?

Denn je gehirngerechter und emotionaler Sie verkaufen, umso einfacher und schneller erzielen Sie den gewünschten Verkaufserfolg. \\\ *Ingo Vogel*

**U**m das Vertrauen Ihrer Kunden zu gewinnen und diese dann zu einer Kaufentscheidung zu führen, sollten Sie wissen: Wie ticken Kunden? Was wollen sie? Was lieben sie? Die folgenden 14 Neuromarketingtipps helfen Ihnen dabei, Ihre Verkaufsgespräche und

Kundenansprache noch effektiver und wirkungsvoller zu gestalten.

## UNSER GEHIRN IST HOCEMOTIONAL

Alles, was uns Menschen wichtig ist, berührt und motiviert, ist emotional. Deshalb ist es extrem wichtig, dass Sie beim

Verkaufsgespräch auch emotional einen Draht zu Ihren Kunden finden - u. a. aufgrund Ihres Auftretens, Ihres Verhaltens, Ihrer Sprache.

## EMOTIONEN STEuern UNSERE ENTSCHEIDUNGEN

Nicht nur für Kaufentscheidungen gilt: Im Zweifel entscheiden die emotionalen und nicht die kognitiven Areale unseres Gehirns: Ich kaufe dieses Produkt (oder diesen Lösungsvorschlag oder dieses Argument) - bzw. nicht. Die Emotion schlägt den Verstand.

## KEINE EMOTIONEN, KEIN UMSATZ

Kunden kaufen letztlich Emotionen und keine Produkte. Der Verkäufer und das Produkt müssen sie also berühren und in ihnen starke Emotionen auslösen.

## MENSCHEN KAUFEN MENSCHEN

Kunden kaufen zunächst die Emotion, die der Verkäufer in ihnen auslöst, und erst dann die Emotion, die das Produkt in ihnen weckt (aufgrund seines Nutzens und Mehrwerts). Die emotionale Performance eines Verkäufers entscheidet somit darüber, wie gut ein Kunde das Produkt findet. „Liebt“ er den Verkäufer, „liebt“ er auch dessen Produkt. Das heißt: Das emotionale Gesamtpaket muss aus Kundensicht stimmen. Dann kauft der Kunde.

## MENSCHEN LIEBEN MARKEN

Marken sind hochemotional. Denn sie garantieren eine schnelle Wiedererkennung und sind oft seit Kindheitstagen positiv in uns verankert. Sie geben uns Sicherheit und Vertrauen. Marken erleichtern Kaufentscheidungen.

Deshalb versuchen Spitzenverkäufer sich als Marken(-persönlichkeiten) zu profilieren - mit einem unverwechselbaren Profil, das sich wohltuend von den vielen austauschbaren No-Names unter den Verkäufern abhebt.

## „BIG POINTS“ PASSIEREN UNBEWUSST

70 bis 90 % unserer Entscheidungen, also auch die von Kunden, erfolgen unbewusst. Bewusst erfasst der Kunde meist nur, was der Verkäufer sagt. Entscheidendes wie die Mimik sowie der Blick und Ton hingegen wirken unbewusst und emotional.

**KUNDE BEWERTET SIE EMOTIONAL**

Alles, was wir Menschen wahrnehmen, wird von uns emotional gefiltert. Sogar unsere (scheinbar) „bewussten“ Entscheidungen im Großhirn werden von unbewussten Strukturen im Limbischen System emotional vorgeprägt. Dies gilt auch bei Kunden im Verkaufsgespräch, die gezielt Ihr Handeln emotional einordnen.

**GLAUBWÜRDIGKEIT IST DAS A UND O**

Speziell der erste Eindruck hat es in sich. Innerhalb weniger Augenblicke checkt hierbei das Gehirn des Kunden die Glaubwürdigkeit des Verkäufers: Ist er authentisch? Kann ich ihm vertrauen? Und danach ist meist bereits der weitere Verlauf des Kaufgesprächs entschieden.

**DIE MIMIK ENTSCHIEDET**

Die wahren Absichten eines Verkäufers verrät nichts so schnell wie dessen Mimik. Deshalb entscheidet sie stark über den (Miss-)Erfolg von Verkaufsgesprächen. Anhand der Mimik des Verkäufers checkt das Gehirn des Kunden: Freund oder Feind? Gefährlich oder ungefährlich?

**MACHT DER SPIEGELNEURONEN**

Menschen passen sich dem Gegenüber meist automatisch etwas an. Wer z. B. angelächelt wird, lächelt in der Regel reflexartig zurück. Und strahlt ein Verkäufer durch sein Verhalten Zuversicht und Offenheit aus? Dann reagieren auch die Kunden entsprechend. Diesen „Mechanismus“ können Sie im Verkaufsgespräch nutzen, um das Empfinden und somit Verhalten der Kunden zu beeinflussen.

**MYTHOS RATIONALITÄT**

Den rein rationalen, vernünftigen, nur preisbewussten Kunden gibt es nicht - selbst wenn sich Kunden zuweilen so



LITERATURTIPP



Übte zum Buch

**Einfach zu mehr Kunden und Umsatz**

Der erfolgreiche Verkäufer der Zukunft ist ein Gefühls- und Beziehungsmanager, er verkauft mit Herz und Verstand. Denn Menschen kaufen Emotionen, keine Produkte! Ingo Vogels Buch ist ein Plädoyer für charismatisches, authentisches, eben emotionales Verkaufen. Jeder Mensch ist ein Verkäufer.

**Top Emotional Selling**

Die 7 Geheimnisse der Spitzenverkäufer

Autor: Ingo Vogel

ISBN: 978-3-86936-003-4

Gabal Verlag



gebärden. Jeder Mensch ist emotional berührbar und empfänglich.

**DAS GEHIRN LIEBT BILDER, GESCHICHTEN UND BEISPIELE**

Nichts wirkt so stark und bleibt so nachhaltig im Gedächtnis haften wie ein emotionaler Moment, eine packende Story, ein Beispiel aus dem wahren Leben. Also sollten Verkäufer dafür sorgen, dass Kunden solche emotionalen Erlebnisse haben.

**DAS GEHIRN ARBEITET IM 3-SEKUNDEN-TAKT**

Das Geheimnis des Verstandenwerdens sind klare Worte sowie kurze und einfache Sätze. Wichtig ist zudem die Betonung, denn sie transportiert die Emotion.

**DIE 3 GROSSEN EMOTIONS-SYSTEME ANSPRECHEN**

Folgende 3 emotionalen Bedürfnisse steuern das menschliche Verhalten am stärksten: Das Streben nach

- Balance (die stärkste Kraft - das Bedürfnis nach Sicherheit, Ruhe, Harmonie),
- Dominanz (der Wunsch, sich durchzusetzen, stark/besser zu sein, mächtig/bedeutsam zu sein)
- Stimulanz (die Sehnsucht nach neuen, unbekanntem Reizen, Entdeckerdrang).

Also sollten Sie versuchen, mindestens eines dieser 3 Emotionssysteme bei Ihren Kunden anzusprechen - abhängig davon, was für ein Typ Ihnen gegenübersteht. Dies gilt es vorab zu ermitteln - z. B. anhand der genutzten Sprache. \

\ \ AUTOR

Ingo Vogel ist Verkaufstrainer aus Esslingen. Er gilt als der Experte für emotionales Verkaufen und ist Autor der Bücher „So reden Sie sich an die Spitze“ und „Top Emotional Selling“.

\ \ VIDEOTIPP

**Emotionales Verkaufen als Wettbewerbsvorteil**

Das bewegte Bild ist oft beeindruckender als das geschriebene Wort. Dies gilt auch für Verkaufstrainer Ingo Vogel. Auf seinem Youtube-Kanal können Sie in bei mehrere seiner Impulsvorträge in Aktion erleben.

Youtube-Kanal von Ingo Vogel:  
[www.youtube.com/IngoRoberVogel](http://www.youtube.com/IngoRoberVogel)



→ **SCHLAGWORTE**

Alle Fachbeiträge unter [www.baugewerbe-magazin.de](http://www.baugewerbe-magazin.de) \ Rubrik „Fachmedien“  
Schlagworte: Vertrieb \ Marketing

**Baugewerbe** Magazin.de