

15 Praxistipps: So kommunizieren Spitzenverkäufer

Mit Empathie und Magic Words

Man kennt sie auf den ersten Blick, die Spitzenverkäufer, meint Verkaufsprofi Ingo Vogel. Und zwar daran, wie sie mit ihren Kunden kommunizieren -verbal und non-verbal; außerdem an der Begeisterung, Entschlossenheit und Verbindlichkeit, die sie ausstrahlen.

Spitzenverkäufer heben sich deutlich von der grauen Masse ihrer durchschnittlich erfolgreichen Kollegen ab. Sie reden mit ihren Kunden nicht einfach, sondern kommunizieren hochwirksam mit ihnen - auf allen Ebenen. Sie verzaubern diese verbal und non-verbal. Und sie sind und wirken hierbei absolut authentisch, begeisternd und überzeugend. Jedoch nicht aufgrund einer ausgefeilten (Gesprächs-)Technik; auch nicht aufgrund einer perfekten Rhetorik und Körpersprache. Im Gegenteil! Die (Körper-)Sprache von Spitzenverkäufern ist oft unkonventionell, jedoch immer direkt, offen, ehrlich... und sie widerspricht zuweilen den klassischen (Verkaufs-)Rhetorik- und -Kommunikationsregeln.

Spitzenverkäufer erreichen eines allerdings immer: eine hohe emotionale Wirkung! Denn ihre Kommunikation strahlt viel Persönlichkeit und eine hohe Authentizität und Emotionalität aus; außerdem einen geballten Optimismus. Sie kommunizieren sich selbst, ihr Unternehmen und ihre Produkte hochwertig sowie erfolgs- und lösungsorientiert. Und sie zeigen dem Kunden unmissverständlich, dass sie ihn wirklich für ihn und seine Bedürf-

nisse interessieren. Dabei versprühen sie jederzeit die Zuversicht: Es wird zu einer Zusammenarbeit beziehungsweise einem Abschluss kommen. Und genau diese innere Klarheit sowie die hieraus resultierende persönliche Begeisterung, Entschlossenheit und Verbindlichkeit, kombiniert mit einem aufrichtigen Interesse am Kunden, verleiht ihnen ihre ungeheuer positive Ausstrahlung, Wirkung und Überzeugungskraft.

Lässt sich ein solcher Auftritt, eine solche Wirkung lernen? Ja! Die nachfolgenden 15 Praxistipps zeigen Ihnen, wie dies geht.

Tipp 1: Begeistert, überzeugt und gespannt sein

Spitzenverkäufer lieben ihren Job, ihre Kunden und ihre Produkte. Was interessiert Sie an Ihren Kunden? Was begeistert Sie an Ihrem Beruf und Ihren Produkten? Machen Sie sich dies (immer wieder) bewusst, denn genau das strahlen Sie aus.

Tipp 2: Das (Gesprächs-)Ziel klar vor Augen haben

Was wollen Sie im Gespräch mit dem Kunden mindestens erreichen? Womit wollen Sie bei ihm glänzen und womit möchten Sie ihn überzeugen? Machen Sie sich auch dies vor Kundengesprächen klar, denn dieses Wissen steuert unbewusst Ihre Handlungen.

Tipp 3: Die Wahrnehmungsantennen ausfahren

Fahren Sie Ihre „Antennen“ aus. Sperren Sie Ihre Augen und Ohren auf. Denn der Kunde verrät Ihnen alles über sich: seine Stimmung, sein (Des-)Interesse, seine Zustimmung/Ablehnung ... und ob er (schon) bereit zum Kauf ist. Sie müssen seine (Kauf-)Signale nur wahrnehmen und darauf angemessen reagieren.

Zum Autor:

Ingo Vogel ist Verkaufstrainer und Vortragsredner. Er gilt als der Experte für emotionales Verkaufen und emotionale Kommunikation.

Der ehemalige Vertriebsingenieur ist unter anderem Autor des Bestsellers „Top Emotional Selling- Die 7 Geheimnisse der Spitzenverkäufer“.

Kontakt: www.ingovogel.de;

E-Mail: info@ingovogel.de.



Tip 4: In den ersten Sekunden gewinnen

Der erste Eindruck zählt. Er entscheidet meist bereits über den Gesprächserfolg. Seien Sie deshalb gerade zu Beginn Ihrer Verkaufsgespräche hellwach, aufmerksam, authentisch und präsent. Und versetzen Sie sich vorab in eine Top-Laune, damit Sie die gewünschte, positive Ausstrahlung haben.

Tip 5: Sofort eine emotionale Ebene herstellen

Suchen Sie möglichst sofort einen persönlichen Draht zum Kunden und sprechen Sie ihn auch im Gespräch immer mal wieder persönlich, als Mensch, an. „Was wünschen Sie sich?“, „... interessiert Sie?“, „... wüssten Sie gern?“, „... fällt Ihnen auf?“

Tip 6: Aufmerksam, interessiert und empathisch sein

Im Verkaufsgespräch geht es zu 100 Prozent um den Kunden: Schalten Sie zu Beginn alle anderen Gedanken ab, fokussieren Sie sich komplett auf Ihr Gegenüber: anschauen, anhören, empfinden.

Tip 7: Positive Erwartungen wecken

Sorgen Sie schnellstmöglich für positive Erwartungen. Machen Sie den Kunden sofort neugierig und aufmerksam. Sagen Sie zum Beispiel: „Ich habe Ihnen heute etwas Tolles mitgebracht, ...“.

Tip 8: Präsenz zeigen, die Magie des Augenblicks genießen

Der Kunde muss sehen, hören und fühlen, also wirklich spüren, dass Sie für ihn da sind. Schauen und sprechen Sie ihn regelmäßig - mit Namen - an, und strahlen Sie im Gespräch Ruhe, Gelassenheit und Zuversicht aus.

Tip 9: Genau anhören - interessiert und interessant fragen

Hören Sie zu und genau hin, denn der Ton der Stimme Ihres Kunden verrät seine Emotion. Stellen Sie Fragen, die Sie wirklich interessieren. Denn Ihr echtes Interesse hört Ihr Kunde und nur dann öffnet er sich. Und stellen Sie ihm regelmäßig persönliche Fragen - zum Beispiel: „Was ist Ihnen persönlich besonders wichtig?“, „Was begeistert Sie an dieser Lösung?“

Tip 10: Kurz und präzise, betont und emotional sprechen

Kurze Sätze sind leicht verständlich; außerdem viel eindeutiger als lange Schach-

telsätze und überzeugender. Und sprechen Sie Ihre Kernbotschaften, also das für den Kunden (beziehungsweise den Abschluss) Wichtige, betont aus. Dann wecken Sie bei dem Kunden auch die gewünschten Emotionen.

Tipp 11: Die Spannung und Wirkung erhöhen

Reden ist Silber, Schweigen oft Gold. Halten Sie kurz inne, bevor Sie ein „Highlight“ nennen. Und machen Sie danach ebenfalls eine kurze Pause - damit Ihre Botschaft beim Kunden ankommt und die gewünschte Wirkung erzielt.

Tipp 12: „Magic Words“ verwenden

„Magic Words“ sind Worte, die Ihre Kunden zum Träumen bringen - wie „wertvoll“, „innovativ“, „einzigartig“, „fantastisch“, „faszinierend“. Bauen Sie solche Worte gezielt in Ihre Aussagen ein. Das steigert ihre Bedeutung und emotionalisiert sie.

Tipp 13: Offen, direkt und unkonventionell kommunizieren

Reden Sie mit dem „Mensch Kunde“ wie mit einem guten Freund: mal liebevoll-freundlich, mal direkt, ohne langes Drumherum. „Herr/Frau Kunde, das geht so nicht ...“, „...“, das macht Spaß mit Ihnen“. Und freuen Sie sich über

Einwände, denn sie signalisieren Interesse und/oder fehlende Informationen. Und zeigen Sie immer zuerst Ihr Verständnis „Ich verstehe, dass...“, und hinterfragen Sie anschließend, worum es genau geht: „Was meinen Sie mit ...?“

Tipp 14: Fragen Sie nicht „ob“ sondern, „wie“ oder „was“

Fragen Sie nicht ständig, ob der Kunde sich hierfür interessiert, und sagen Sie nicht „Falls es Ihnen gefällt,...“. Verwenden Sie außerdem selten Konjunktive wie „Könnten Sie sich vorstellen,...“. Fragen Sie lieber: „Wie gut gefällt es Ihnen?“, „Was gefällt Ihnen am besten?“, „Wie wollen wir weitermachen?“, „Wann wollen wir starten?“

Tipp 15: Verbindlich und entschlossen kommunizieren

Fahren Sie die Früchte Ihres Engagements ein, indem Sie von Beginn an Ihr Ziel und Ihren Optimismus, dieses zu erreichen, deutlich kommunizieren - zum Beispiel mit Sätzen wie: „Ich freue mich schon auf unsere Zusammenarbeit.“ Oder: „Nachdem Sie sich dafür entscheiden haben, werden wir...“ Doch formulieren Sie nicht nur Ihre Freude und Zuversicht. Strahlen Sie diese unmissverständlich aus. Dann sind Sie auf dem richtigen Weg. |