

Emotion als Basis des Erfolgs

TIPPS FÜR VERKÄUFER Bei Verkaufsgesprächen versuchen Verkäufer vor allem Kunden rational für sich zu gewinnen. Dabei ist die Emotion die Basis für den Verkaufserfolg. Je gehirngerechter und einfühlsamer ein Verkäufer verkauft, umso einfacher und schneller kommt er ans Ziel. Hier folgen Tipps, wie Sie Ihre Verkaufsgespräche und Kundenansprache noch wirkungsvoller gestalten:

- Unser Gehirn ist hochemotional. Alles, was uns Menschen wichtig ist, berührt und motiviert, bewegt unser Gemüt. Deshalb ist es extrem wichtig, dass Verkäufer auch im Gefühl einen Draht zu ihren Kunden finden - unter anderem aufgrund ihres Auftretens, ihres Verhaltens, ihrer Sprache. Denn: Der Affekt schlägt den Verstand. Kunden kaufen letztlich Emotionen und keine Produkte.
- Menschen kaufen Menschen. Kunden kaufen zunächst ein Gefühl, das der Verkäufer in ihnen auslöst, und erst dann die Empfindung, die das Produkt in ihnen weckt - aufgrund seines Nutzens und Mehrwerts. Das empathische Auftreten eines Verkäufers entscheidet somit darüber, wie gut ein Kunde das Produkt findet. „Liebt“ er den Verkäufer, „liebt“ er auch dessen Produkt. Den rein rationalen, nur preisbewussten Kunden gibt es nicht.
- 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 Spitzen-Verkäufer sich als Marken-(persönlichkeiten) zu profilieren.
- Das Geheimnis des Verstanden-werdens sind klare Worte sowie kurze und einfache Sätze. Wichtig ist zudem die Betonung, denn sie transportiert das Feingefühl.
- 70 bis 90 Prozent unserer Entscheidungen erfolgen unbewusst. Bewusst erfasst der Kunde meist nur, was der Verkäufer sagt. Entscheidendes wie Mimik sowie Blick und Ton hingegen wirken unterschwellig.
- Glaubwürdigkeit ist das A und O. Speziell der erste Eindruck hat es in sich. Innerhalb weniger Augenblicke analysiert das Gehirn des Konsumenten die Glaubwürdigkeit des Verkäufers. Das entscheidet über den weiteren Verlauf des Gesprächs.
- Die Mimik entscheidet: Freund oder Feind? 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 vermittelt das Gehirn seinem Träger: Freund oder Feind? Gefährlich oder ungefährlich?
- Menschen passen sich dem Gegenüber meist automatisch etwas an. Wer zum Beispiel angelächelt wird, lächelt in der Regel reflexartig zurück. Und strahlt ein Verkäufer durch sein Verhalten zum Beispiel Zuversicht und Offenheit aus, dann reagieren auch die Konsumenten entsprechend. Diesen „Mechanismus“ können Verkäufer nutzen.
- Das Gehirn speichert positive Bilder, Geschichten und Beispiele. Nichts wirkt so stark und bleibt so nachhaltig im Gedächtnis haften. Also sollten Verkäufer dafür sorgen, dass Kunden auch solche tiefgreifenden Erlebnisse haben.
- Die drei Emotionsfelder Balance - das Bedürfnis nach Ruhe und Harmonie -, Dominanz - der Wunsch sich durchzusetzen, bedeutsam zu sein - und Stimulanz - die Sehnsucht nach Entdeckerdrang und nach unbekanntem Reizen - steuern das menschliche Verhalten am stärksten. Verkäufer sollten versuchen, mindestens einen dieser drei Komplexe bei ihren Kunden anzusprechen - abhängig davon, was für ein Typ ihnen gegenüber steht. Dies gilt es vorab zu ermitteln - zum Beispiel anhand der genutzten Sprache. Ingo Vogel