

Emotionales Verkaufen

Als Verkäufer beim Kunden gute Gefühle auslösen und aktiv den Abschluss suchen

Ein Interview von Andreas Lutz mit Ingo Vogel

Wer ein Spitzenverkäufer sein möchte, muss lernen, seine Gefühle und die anderer Menschen zu beeinflussen... und dies ist möglich. Davon ist der „Experte für emotionales Verkaufen“ Ingo Vogel, Esslingen, überzeugt.

Andreas Lutz: Herr Vogel, in Ihrem Buch „Top Emotional Selling“: Die 7 Geheimnisse der Spitzenverkäufer“ schreiben Sie, Emotionen seien der wichtigste Erfolgs- und Karrierefaktor – gerade für Verkäufer. Wie kommen Sie zu dieser These?

Vogel: Aufgrund unserer Alltagserfahrung. Wenn wir etwas gern tun, dann fällt es uns leicht und wir machen es auch besser. Und wir stecken andere Menschen mit unserer Begeisterung an. Oder anders formuliert: Wir nehmen sie für uns ein. Umgekehrt gilt: Wenn wir etwas widerwillig tun, dann strahlen wir dies auch aus. Entsprechend gering sind unsere Erfolgsaussichten. Kunden „kaufen“ nun einmal zu allererst den Verkäufer und erst dann das Produkt!

Gefühlsmanager werden

Andreas Lutz: Und daraus folgern Sie: Wer gut drauf ist,

kommt im Beruf weiter – zum Beispiel als Verkäufer. Die meisten Menschen sind aber nicht immer gut drauf?

Vogel: Richtig. Deshalb sollten wir lernen, unsere Gefühle und somit auch die anderer Menschen zu beeinflussen.

Andreas Lutz: Geht das?

Vogel: Ja, denn unsere Gefühle spiegeln unsere Gedanken wider. Wenn ein Verkäufer zum Beispiel denkt „Mist, schon wieder muss ich eine Verkaufspräsentation erstellen“, dann geht er auch schlecht gelaunt ans Werk. Und wenn er denkt „Bei dem Kundengespräch habe ich ohnehin kaum Chancen“, dann gehen wir entsprechend unsicher und lustlos in das Gespräch. Und seine Gedanken werden dann vielfach zu einer sich selbst erfüllenden Prophezeiung. Denn seine Gefühle spiegeln sich in seiner Sprache und Körpersprache wider. Und das führt wiederum

dazu, dass sein Gesprächspartner entsprechend auf ihn reagiert. Wenn unsere Gedanken also unsere Gefühle und diese wiederum unser Verhalten beeinflussen, dann können Verkäufer, indem sie ihre Gedanken ändern, auch ihre Wirkung erhöhen und ihren Erfolg steigern.

Wer gut drauf ist, kommt gut an

Andreas Lutz: Das klingt schlüssig. Aber was nutzt dieses Wissen zum Beispiel einem Verkäufer, dem es vorm nächsten Kundenbesuch graust?

Vogel: Wenig, wenn er lieber Buchhalter wäre. Denn dann steht sein Beruf nicht in Einklang mit seinen Lebenszielen. Dann sollte er sich schlicht einen neuen Job suchen. Anders ist dies aber bei einem Verkäufer, der wie jeder Mensch mal einen schlechten Tag hat oder dem es regelmäßig vor gewissen Gesprächssituationen graust. Er kann seine Gedanken und Gefühle durchaus verändern.

Andreas Lutz: Wie?

Vogel: Zum Beispiel, indem er sich vor dem Gespräch bewusst

macht, dass jedes Ding mindestens zwei Seiten hat. Angenommen dem Verkäufer graust es vor dem Besuch, weil er von dem Kunden schon mal eine Abfuhr erhielt. Dann kann er denken „Reine Zeitverschwendung. Der Kunde sagt gewiss wieder nein.“ Er kann aber auch denken „Klasse, der Kunde gibt mir eine neue Chance. Vielleicht hatte er beim letzten Mal nur einen schlechten Tag. Oder...“ Und schon geht der Verkäufer gelassener ins Gespräch. Oder er kann sich denken: „Was kann mir im Gespräch maximal passieren? Höchstens, dass der Kunde wieder Nein sagt. Und wenn? Dann finde ich dieses Mal heraus, woran es liegt – indem ich ihn einfach danach frage. Läuft's hingegen gut, habe ich einen neuen Kunden.“ Und schon geht der Verkäufer zuversichtlicher ins Gespräch und dieses nimmt einen anderen Verlauf.

Andreas Lutz: Warum?

Vogel: Wenn ein Verkäufer gelassen und selbstbewusst, aber nicht arrogant in ein Kundengespräch geht, strahlt er auch mehr Souveränität aus. Dann ist er auch für seinen Gesprächspartner interessanter und attraktiver. Außerdem nimmt er dann den Gesprächspartner bewusster wahr. Das heißt, er kann gezielter auf ihn reagieren.

Die Kunden emotional aufschließen

Andreas Lutz: Wie zum Beispiel?

Vogel: Angenommen ein Verkäufer registriert beim Öffnen der Tür sofort: „Uff, mein Gesprächspartner ist heute offensichtlich schlecht drauf – so mürrisch wie er mir von seinem Schreibtischessel entgegen blickt.“ Angenommen zudem der Verkäufer geht trotzdem lächelnd auf den Kunden zu und sagt zum Beispiel: „Guten Tag, Herr Mayer. Ihr Schreibtisch macht den Eindruck, als hätten Sie zur Zeit viel um die Ohren.“ Dann wird er in der Regel spüren, wie sich sofort die Atmosphäre verändert. Denn durch sein Verhalten signalisiert der Verkäufer dem Kunden, dass er sich für ihn und seine Situation interessiert. Also öffnet sich der Kunde und bringt dem Verkäufer mehr Vertrauen entgegen. Folglich kann dieser das Ge-

Fortsetzung umseitig

sprach leichter führen und so auch leichter seine Ziele erreichen – zumindest wenn er gelernt hat, auf die Signale von Menschen adäquat zu reagieren und den Gesprächsverlauf zu steuern.

Andreas Lutz: Soweit ist das nachvollziehbar. Doch auch wer dies kann, hat mal einen schlechten Tag.

Vogel: Ja. Deshalb sollte jeder Verkäufer einen Koffer von Techniken parat haben, um seine Stimmung und seine Gefühle kurzfristig zu beeinflussen.

Andreas Lutz: Haben Sie hierfür ein, zwei Beispiele?

Vogel: Oft genügt es als Verkäufer, vor einem wichtigen Gespräch oder Telefonat ein, zwei Minuten Grimassen zu schneiden – ähnlich wie ein Clown. Wer das tut, merkt, wie sich bei ihm andere Gedanken und somit auch Gefühle einstellen. Noch wirkungsvoller ist es, wenn ein Verkäufer sich eine Situation in Erinnerung ruft, in der er absolut spitze war und einen dicken Auftrag an Land zog. Wenn Verkäufer sich vor schwierigen Verkaufsgesprächen eine solche Situation gegenwärtigen und gedanklich nochmals die Gefühle durchleben, die sie dabei empfunden haben, dann stellen sich bei ihnen auch neue Gedanken und Gefühle ein. Also gehen sie auch zuversichtlicher und selbstbewusster in das Gespräch, weshalb sie auch eine andere Ausstrahlung haben. Wer dies als Verkäufer regelmäßig tut, lernt mit der Zeit sozusagen auf Knopfdruck die gewünschten positiven Gefühle in sich wach zu rufen.

Glaubwürdig und authentisch sein

Andreas Lutz: Genügt es vor wichtigen Gesprächen nicht, sich einen Ruck zu geben und ein Smiley-Gesicht aufzusetzen?

Vogel: Nein. Denn dann lächeln wir zwar mit dem Mund, aber unser Körper sendet andere Signale aus. Und insbesondere unsere Augen, die der Spiegel unserer Seele sind, sprechen eine andere Sprache. Diese Diskrepanz spürt der Kunde – bewusst oder unbewusst. Deshalb erlebt er den Verkäufer nicht als authentisch und somit als unglaubwürdig. Also geht oder bleibt er auf Distanz. Eine Erfahrung,

die Sie gewiss auch schon gesammelt haben – zum Beispiel, wenn beim Kleidungs- oder Autokauf ein Verkäufer Sie herzlich begrüßte, Sie aber spürten „Das kommt nicht von Herzen“ und deshalb zum Beispiel dachten „So ein Schleimer“. Ähnlich ist es, wenn ein Verkäufer eine übertriebene Selbstsicherheit zur Schau stellt. Auch dann spüren die meisten Kunden dies instinktiv. Deshalb wirkt ein aufgesetztes Verhalten zu meist kontraproduktiv.

Andreas Lutz: Was folgt daraus für Verkäufer?

Vogel: Verkäufer, die Spitzenverkäufer sein oder werden möchten, sollten lernen, ihre Gedanken und somit ihre Gefühle zu beeinflussen, damit ihr Verhalten echt wirkt, weil es echt ist. Denn dann finden sie leichter Zugang zu den Kunden und können spielerisch eine Beziehung zu ihnen aufbauen. Dies ermöglicht ihnen dann wiederum, im Gespräch leichter ihre Ziele zu erreichen und somit auch den gewünschten Erfolg zu haben – zumindest wenn sie rhetorisch und verkäuferisch so weit geschult sind, dass sie Gespräche führen und Menschen mit Worten verführen können, indem sie diese zum Träumen bringen.

Leichter und schneller Abschlüsse erzielen

Andreas Lutz: Warum ist das Kunden mit Worten verführen sowie zum Träumen bringen, so wichtig?

Vogel: Weil Kunden dann schneller und bereitwilliger kaufen.

Andreas Lutz: Also ist es kein Selbstzweck, sich selbst und den Kunden in eine gute Stimmung zu versetzen?

Vogel: Nein, denn die Aufgabe von Verkäufern ist und bleibt es, aktiv den Abschluss zu suchen und: zu verkaufen. Die Frage ist nur: Wie erreicht der Verkäufer am ehesten dieses Ziel?

Andreas Lutz: Ihre Antwort?

Vogel: Am wahrscheinlichsten und schnellsten erreicht ein Verkäufer dieses Ziel, wenn zwischen ihm und dem Kunden die Chemie stimmt, und es ihm gelingt, bei dem Kunden zwei Gefühle zu erzeugen.

Andreas Lutz: Welche?

Vogel: Erstens „Diesem Verkäufer vertraue ich“ und zweitens „Ja, das Produkt will ich ...“ oder



Ingo Vogel, Esslingen, ist Rhetorik- und Verkaufstrainer. Er gilt als der „Experte für emotionales Verkaufen“. Er ist unter anderem Autor der Bücher „So reden Sie sich an die Spitze: Sprache als Erfolgswort“ und „Top Emotional Selling: Die 7 Geheimnisse der Spitzenverkäufer“ (Kontakt: <http://www.ingovogel.de>; Tel. 0711/7676-303; E-Mail: info@ingovogel.de).

„... muss ich haben“. Denn dann ist der Kunde nicht nur zum Kauf bereit, sondern im Idealfall sogar bereit, für das Produkt etwas mehr als für das Konkurrenzprodukt zu bezahlen, weil er sich mit dem Verkäufer wohlfühlt und

den Nutzen des Produkts bildhaft und glasklar vor Augen hat. Darum und um nichts anderes geht es in der Regel beim emotionalen Verkaufen.

Andreas Lutz: Herr Vogel, danke für das Gespräch.