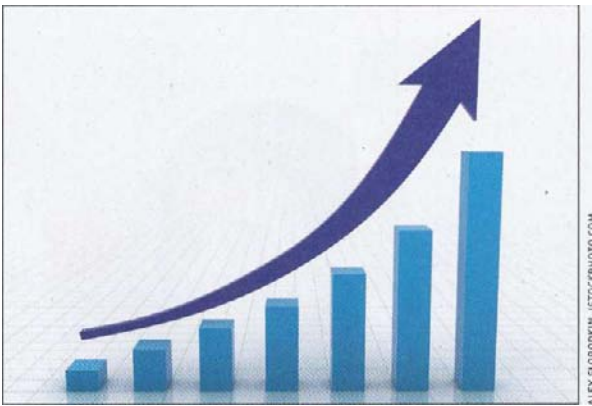


Kommunikation

Zwölf Tipps für mehr Verkaufserfolg

► Unternehmer verkaufen gerne Leistungen, Kunden kaufen aber lieber Gefühle. Wie daraus ein Erfolgsrezept wird, erklärt Ingo Vogel, Experte für emotionales Verkaufen.



* Bald gehen die Verkaufszahlen steil nach oben: Menschen „kaufen“ zuerst Emotionen, dann Argumente

- Glaubwürdigkeit ist das „A und O“. Seien Sie im Kundenkontakt echt und handeln Sie aus Überzeugung.
- Ihr Erfolg beginnt im Kopf. Gedanken spiegeln sich in unserer (Körper-)Sprache. Spitzenverkäufer haben Lust auf (Verkaufs-)Gespräche und sind richtig neugierig auf jeden Kunden.
- Positive Gefühle übertragen sich, negative leider auch. Menschen

„kaufen“ zuerst Emotionen, dann Argumente. Bringen Sie sich vor Kundengesprächen in eine „gute“ Stimmung.

- Seien Sie offen für Informationen, Botschaften und Signale. Fahren Sie Ihre „Wahrnehmungsantennen“ aus: Was für ein Typ ist mein Gegenüber? Wie „tickt“ er? In welcher Stimmung ist er?
- Gemeinsamkeiten schaffen Vertrauen. Gleichen Sie Sprache und Sprechweise Ihrem Gegenüber an.
- Der erste Eindruck zählt, der letzte Eindruck bleibt. Eine positive Ausstrahlung weckt Sympathie. Der Kunde schenkt Ihnen mehr Aufmerksamkeit und Zeit. Ein verbindlicher Auftritt gegen Ende vermittelt Sicherheit. Das hilft dem Kunden, sich zu entscheiden, und fördert den Abschluss.
- Funken Sie im Gleichklang auf allen Kanälen. Auch mit Ihrer Körpersprache senden Sie Botschaften. Besonders die Augen verraten die wahren Empfindungen und Gedanken.
- Klare Gedanken sorgen für klare Worte. Überlegen Sie vor wichtigen Kundengesprächen, welche Ziele Sie erreichen möchten.
- Was Sie sagen ist wichtig, entscheidend ist jedoch das „Wie“. Auch Informationen sind vergleichbar. Emotionen sind einzigartig. Das „Wie“ der Stimme verrät, wie überzeugt Sie selbst von Ihrem Produkt und Angebot sind.
- Auf Kundensignale achten. Kaufentscheidend ist, wie gut Sie beim Kunden „ankommen“. Achten Sie darauf, wie Ihr Gesprächspartner auf Fragen und Aussagen reagiert. Stellen Sie Bestätigungsfragen. Das vermeidet spätere Einwände.
- „Be different“: Menschen lieben das Besondere. Haben Sie den Mut, im Kundenkontakt „kantig“ und emotional zu sein. So zeigen Sie Persönlichkeit und werden zu einer unverwechselbaren Marke.
- Menschen kaufen Emotionen! Also das gute Gefühl, das Sie mit positiver Ausstrahlung und echtem Interesse vermitteln.