

So überzeugen Sie Ihre Kunden

Ingo Vogel

Top-Verkäufer können positive „Kettenreaktion“ bei Kunden auslösen, indem sie die „Erfolgs-verhinderer“ in ihrem Verhalten identifizierten und ein bewusst anderes Verhalten trainierten. Mithilfe der folgenden Tipps verlaufen Verkaufsgespräche erfolgreicher.

1. Gute Laune haben, gute Laune erzeugen! Der Verkaufserfolg beginnt in Ihrem Kopf. Nur wer gut drauf ist, kommt gut an. Machen Sie deshalb die Minuten vor jedem Verkaufsgespräch oder Telefonat zu einem positiven Ritual. Bereiten Sie sich nicht nur inhaltlich, sondern auf mental auf das Gespräch vor. Denken Sie an etwas Schönes – zum Beispiel einen Spitzen-Abend mit Freunden oder an Ihren letzten tollen Verkaufserfolg. Und zwar so lange, bis Sie richtig Lust auf das Gespräch haben und sich auf den Kunden freuen. Dann kommen Sie bei ihm auch gut an.

2. Der erste Eindruck zählt, der letzte Eindruck bleibt! Die ersten Sekunden Ihrer Begegnung mit dem Kunden entscheiden darüber, wie viel Sympathie, Vertrauen und Aufmerksamkeit er Ihnen schenkt. Sie legen die Basis für Ihren Erfolg. Achten Sie also darauf, dass Sie überzeugend rüberkommen, wenn sich der Kunde ein erstes Bild von Ihnen formt. Der letzte Eindruck, also Ihre abschließenden Worte und Taten sowie die Verbindlichkeit, die Sie beim Abschluss ausstrahlen, entscheiden darüber, wie der Kunde Sie im Kopf behält – und ob er auch künftig bei Ihnen kauft.

3. Ihre Mimik entscheidet! Schon unsere Vorfahren entschieden anhand der Mimik des Gegenübers: Freund oder Feind? Achten Sie also darauf, dass Ihre Mimik nicht „Desinteresse“ signalisiert, während Sie sagen „Schön, dass ich Sie treffe“. Am wichtigsten sind Ihre Augen. Wenn sie eine andere Sprache als Ihre Zunge sprechen, spürt dies der Kunde sofort. Entsprechend wichtig ist es, dass Sie sich vor Kundengesprächen in eine positive Spannung versetzen.

4. Angleichen sorgt für ein gutes Klima! Fahren Sie zu Beginn des Gesprächs Ihre „Antennen“ aus. Beobachten Sie den Kunden sehr genau. Wie wirkt er? Gestresst oder relaxt? Gleichen Sie Ihre (Körper-)Sprache sowie Ihre Sprech- und Verhaltensweise dem Gegenüber an. Gemeinsamkeiten schaffen Vertrauen! Und achten Sie auf regelmäßigen Blickkontakt. Das schafft Verbindung.

5. Verkaufen Sie Emotionen! Kunden kaufen zunächst das (gute) Gefühl, das Sie ihnen als Person vermitteln und erst dann den emotionalen Nutzen, den ihnen Ihr Angebot bietet. Seien Sie „echt“. Verhalten Sie sich, wie Sie es bei Freunden tun. Aber: Nur ehrliche Gefühle wirken positiv!

6. Die Besten fragen, die Durchschnittlichen reden! Top-Dienstleister versuchen durch Fragen, wichtige Informationen zu erhalten und ihrem Gegenüber das Gefühl zu vermitteln: Ich interessiere mich für dich. Auch Verkäufer sind Dienstleister. Checken Sie also: Frage ich genug? Nutzen Sie offene Fragen zum Gewinnen von Informationen, geschlossene oder Alternativfragen, um Entscheidungen herbeiführen und Bestätigungsfragen zur Absicherung und Ein-

wandvermeidung. Und achten Sie bei jeder Frage darauf, wie der Kunde reagiert. Denn es zählt nur, was positiv bei ihm ankommt.

7. Machen Sie mal Pause! Die meisten Verkäufer reden zu viel. Sagen Sie in Kundengesprächen einfach mal nichts. Pausen dienen Ihnen zum Vordenken, dem Kunden zum Nachdenken. Und verleihen Ihren Kernaussagen mehr Wirkung.

8. Nutzensprache verwenden! Sagen Sie nicht: „Ich habe ...“. „Ich kann ...“. „Ich werde ...“. Alles Ich-Aussagen! Verdeutlichen Sie stattdessen Ihrem Kunden mit einer kundenorientierten Nutzensprache, welche Vorteile er von Ihrem Angebot hat: „Sie gewinnen ...“, „Sie sparen ...“, „Sie nutzen ...“, „Sie erreichen ...“. Und bauen Sie in Ihre Aussagen sogenannte Magic Words ein: emotionalisierende Adjektive: „Sie gewinnen wertvolle Anregungen ...“. „Sie sparen kostbare Zeit ...“. „Sie nutzen innovative Konzepte ...“

9. Unwörter, Verallgemeinerungen und Füllwörter vermeiden! Vermeiden Sie Unwörter wie „aber“ und „trotzdem“, denn sie erzeugen einen Gegensatz; außerdem Verallgemeinerungen wie „nie“, „jeder“, „alle“, sie provozieren Widerspruch. Auch das Wort „müssen“ sollten Sie aus Ihrem Wortschatz streichen. Kein Kunde lässt sich gerne etwas befehlen.

10. Begrüßen Sie Einwände! Einwände zeigen, dass der Kunde noch Interesse hat. Entscheidend ist, dass Sie darauf souverän und gelassen reagieren. Zum Beispiel: „Ich verstehe Ihre Bedenken ...“. Minimieren können Sie die Zahl der Einwände), indem Sie im Gesprächsverlauf regelmäßig Bestätigungsfragen stellen. „Sehen Sie das auch so?“ Oder indem Sie den Kunden anschauen und mit einem kurzen Kopfnicken fragen: „Einverstanden?“

11. Keine Angst vor dem „Nein“ des Kunden! Top-Verkäufer bleiben auch am Ende eines Verkaufsgesprächs zielbewusst und entschlossen. Beispiel: „Soll ich im Vertrag als Liefertermin den 15. oder den 30. August notieren?“ Wenn der Kunde noch nicht so weit ist, klären sie, woran es hängt und beantworten die noch offenen Fragen. Und danach stellen sie erneut die Abschlussfrage – auch auf die Gefahr hin, dass der Kunde erneut „nein“ sagt. Manchmal passt einfach die Situation nicht, dass zwei Partner zusammen finden. Dann gilt es eben das Nein zu akzeptieren – vorläufig. Denn die Situation kann sich ändern. Also sollten auch Sie auf ein vorläufig endgültiges Nein souverän und gelassen reagieren und beim Kunden einen positiven letzten Eindruck hinterlassen. Denn dann haben Sie beim nächsten Mal eine neue Chance. ◀◀

Ingo Vogel, Rhetorik- und Verkaufstrainer, Experte für emotionales Verkaufen und emotionale Kommunikation, Esslingen, www.ingovogel.de