

**Authentic Selling:**

# Wie aus Kunden Freunde werden

**Freunde sind treu, Kunden häufig nicht. Deshalb versuchen Spitzenverkäufer, ihre Kunden als Freunde zu gewinnen – ohne Tricks, doch mit Erfolg.**

Von Ingo Vogel

Was haben alle Unternehmen, die nicht nur kurz-, sondern auch langfristig Top-Umsätze und -Renditen erzielen, gemeinsam? Sie haben Freunde beziehungsweise Fans – also Kunden, die gerne und regelmäßig bei ihnen kaufen. Zum Beispiel weil sie von ihren Produkten begeistert sind. Oder ihrem Preis-Leistungs-Verhältnis. Oder ihrem Service. Oder ihren Mitarbeitern. Ebenso verhält es sich bei Verkäufern, die deutlich höhere Umsätze als ihre Kollegen erzielen. Auch bei ihnen kaufen Menschen gern – primär, weil sie sich im Kontakt mit diesen Verkäufern wohlfühlen und ihnen vertrauen.

Doch wie vermitteln Spitzenverkäufer Kunden dieses Gefühl? Welche Tricks wenden sie an, um die Sympathie oder gar Freundschaft ihrer Kunden zu gewinnen? Die Antwort ist einfach: keine. Ihr wichtigstes Erfolgsrezept ist: Sie begegnen den Kunden von Mensch zu Mensch. Sie verhalten sich weder unterwürfig noch arrogant. Sie begegnen ihnen vielmehr auf Augenhöhe – ebenso wie sie dies bei ihren Freunden tun. Deshalb fühlen sich die Kunden im Kontakt mit ihnen wohl und kaufen gerne bei ihnen. Hier einige Tipps, wie auch aus Ihren Kunden Freunde werden.

## **Faustregel 1: Freunde sind authentisch**

Wer Menschen als Freund gewinnen möchte, sollte zunächst sich selbst als Person akzeptieren – mit allen Stärken und Schwächen. Denn wer sich selbst nicht mag, dem fällt es auch schwer, andere Menschen zu mögen. Und wer sich selbst nicht akzeptiert, versucht stets andere zu kopieren – zum Beispiel deren Art, auf Kunden zuzugehen. Oder Gespräche mit Kunden zu führen. Oder die Kaufentscheidung herbeizuführen.

Begehen Sie diesen Fehler nicht. Denn dann sind Sie nicht mehr authentisch. Und das spürt auch Ihr Gegenüber. Zum Beispiel anhand Ihrer (Körper-)Sprache. Also vertraut er Ihnen nicht und fühlt sich im Kontakt mit Ihnen nicht wohl.

Verleugnen Sie sich nie im Kontakt mit Kunden. Spielen Sie beispielsweise nicht den lockeren Kumpeltypen, wenn Sie dies nicht sind. Und versprechen Sie nicht Dinge, von denen Sie selbst nicht überzeugt sind. Denn ein Blick in Ihre Augen verrät Ihren Kunden: Der „Typ“ ist nicht echt. Er spielt mir etwas vor. Also geht er auf Distanz.

Je authentischer Sie als Verkäufer sind und folglich wirken, umso glaubwürdiger sind Sie. Und umso einfacher gelingt es Ihnen, Kunden für sich und Ihr Produkt zu begeistern – was sich selbstverständlich auch in Ihren Umsätzen widerspiegelt.

## **Faustregel 2: Freunde zeigen Interesse**

Was ist das Mindeste, was Sie von einem Freund erwarten? Wahrscheinlich, dass er sich für Sie interessiert – und Ihre Wünsche sowie Ihre mehr oder minder großen Sorgen. Entsprechendes gilt für Top-Verkäufer. Ihnen macht der Kontakt mit Menschen Spaß. Doch nicht nur dies! Sie interessieren sich auch für Menschen – gerade weil sie so verschieden

sind. Deshalb können sie sich auch spielerisch leicht auf die unterschiedlichsten Menschen einstellen, denn sie interessieren sich für sie. Also fragen sie ihre Kunden beispielsweise, was ihnen wichtig ist. Deshalb hören sie ihnen aufmerksam zu. Und sie signalisieren ihnen mit Worten und Gesten: Ich finde Sie und das, was Sie sagen, interessant. Zum Beispiel indem sie sagen: „Können Sie mehr darüber erzählen, wie Sie...“ Oder: „Das ist ja spannend. So wie Sie habe ich die Sache noch nie gesehen.“

Und weil Sie Ihr Gegenüber wirklich interessiert, fragen Sie auch, wenn Ihnen etwas unklar ist, gezielt nach. Zum Beispiel: „Was heißt für Sie Sicherheit bei der Geldanlage?“ Oder: „Was nehmen Sie mit, wenn Sie in Ihrem neuen Auto mit Ihrer Familie in Urlaub fahren? Auch Sportgeräte und Ihren Hund?“ Das heißt: Im Gegensatz zu einem 08/15-Verkäufer spult ein Top-Verkäufer nicht einen antrainierten oder von der Firmenleitung vorgegebenen Fragenkatalog ab. Nein, er passt sein Verhalten situativ seinem Gegenüber an, sodass aus dem Verkaufsgespräch eine Art Pingpong-Spiel wird, an dem der Kunde und der Verkäufer ihre Freude haben.

## **Faustregel 3: Freunde tun Überraschendes**

Hand aufs Herz: Treffen Sie in Ihrer Freizeit gerne Menschen, bei denen Sie vorher schon genau wissen, wie zum Beispiel der Abend verläuft? Bei denen Sie im Voraus sagen können, was sie Ihnen aufstischen, was sie Ihnen erzählen und, und, und? Die meisten Menschen finden solche Treffen eher langweilig und ermüdend – außer sie sind selbst gerade müde. Denn dann kann man im Kontakt mit solchen Freunden wunderbar abschalten. Denn man weiß ja, was da kommt.

Anders ist es, wenn man voller Elan ist. Dann möchte man etwas erleben und sich mit Esprit unterhalten. Das wissen Top-Verkäufer. Deshalb verhalten sie sich im Kontakt mit Kunden oft bewusst anders, als dies ihre Kunden von einem Verkäufer erwarten. Das heißt: Sie sagen oder tun etwas, was den Kunden überrascht. Sie sagen zum Beispiel mitten im Verkaufsgespräch „Ich muss Ihnen mal sagen, dass Sie eine tolle Jacke anhaben“ und wechseln so überraschend die Gesprächsebene. Oder Sie sagen, wenn Sie für einen Kunden nicht das Passende haben: „Ich empfehle Ihnen, gehen Sie doch mal zu unserem Mitbewerber...“. Dort finden Sie vermutlich...“ Wenn Sie als Verkäufer so agieren, dann entgeht Ihnen zwar kurzfristig etwas Umsatz (den Sie vermutlich ohnehin nicht gemacht hätten). Der Kunde wird aber begeistert sein, weil Sie sich so verhalten, wie er es von einem Freund erwartet. Also kommt er mit Sicherheit wieder.

## **Faustregel 4: Freunde halten Kontakt**

Eine Sache ist es, zu Kunden einen guten Draht aufzubauen, eine andere, den Kontakt zu ihnen zu halten und zu einer Beziehung auszubauen. Das erfordert ein gewisses Engagement von Ihnen. Schließlich erwarten auch

**Fortsetzung auf Seite 8**

**Fortsetzung von Seite 9**

Sie von Ihren Freunden, dass sie sich beim nächsten Treffen noch an Ihren Namen und an das, was Sie ihnen erzählt haben, erinnern. Ähnliches erwarten Kunden von Verkäufern, bei denen sie regelmäßig einkaufen.

Machen Sie es deshalb zum Beispiel so wie der Inhaber eines Stuttgarter Modehauses. Er ruft, wenn eine neue Kollektion bei ihm eintrifft, regelmäßig bei seinen Stammkunden an und sagt zu ihnen beispielsweise: „Herr Mayer, bei mir ist gerade eine neue Jacke eingetroffen, die Ihnen meines Erachtens sehr gut stehen würde. Soll ich sie Ihnen mal zurücklegen?“ Dass er damit auch eine Verkaufsabsicht hegt, stört seine Kunden nicht.

Der Modehaus-Besitzer notiert es sich auch, wenn er beispielsweise von einer Kundin erfährt, dass deren Sohn eingeschult wird und sie deshalb nervös ist. Und zwei, drei Wochen nach der Einschulung? Dann ruft er die Kundin an und fragt: „Frau Mayer, ich möchte mich bei Ihnen mal erkundigen, wie die Einschulung Ihres Sohnes gelaufen ist. Sie waren ja vorab...“ Darüber, so seine Erfahrung, hat sich bisher noch jede Mutter gefreut. Ähnlich verfährt er bei anderen Anlässen.

Und was das Verrückte ist: Weil der Händler verinnerlicht hat, dass solche persönlichen Infos für den Beziehungsauf- und -ausbau wichtig sind, hat er sie, wenn ein Kunde in sein Geschäft kommt, eigentlich stets parat. Denn in seinem Kopf ist fest verankert: Wenn ich Menschen als Freunde und Stammkunden gewinnen möchte, muss ich ihnen auch wie ein Freund begegnen. Deshalb speichert sein Gehirn diese verkaufsrelevanten Infos sozusagen automatisch. Folglich kann er sie bei Bedarf abrufen und seinen (Stamm-)Kunden wie ein Freund begegnen – was sich auch auf seinem Bankkonto bemerkbar macht.

**Zum Autor: Ingo Vogel**

Esslingen, ist (Rhetorik- und) Verkaufstrainer und gilt als der Experte für emotionales Verkaufen (Tel. 0711/7676-303; E-Mail: info@ingovogel.de). Er ist unter anderem Autor der Bücher „Top-Emotional Selling – Die 7 Geheimnisse der Spitzenverkäufer“ und „Das Lust-Prinzip: Emotionen als Karrierefaktor“.