

NETWORK-KARRIERE

Europas größte Wirtschafts-Zeitung für Direktvertrieb

„Trainieren Sie Ihr Gehirn, Sie können mehr als Sie glauben“

Im Titelinterview mit Gedächtnis-Weltmeisterin Christiane Stenger

Die Aktivitäten des UVDV

Von Code of Ethics bis Social Media

PM investiert weitere Millionen

Ausbau der Unternehmens-Infrastruktur in mehreren Ländern

BGH kippt deutsches Zusatzstoffrecht

Ministerium streicht geplante Verschärfung für NEM

So führen Sie eine glückliche Beziehung

Dr. med. Stefan Frädlich über Liebe, Leidenschaft und Freundschaft



Wenn das weiße Kaninchen kommt ...

Marc M. Galal: Mit der richtigen Sprachstruktur im Verkaufsgespräch überzeugen

Sie kennen doch bestimmt das weiße Kaninchen mit der großen Uhr aus „Alice im Wunderland“, immer gehetzt, immer in Eile, ständig ruft es: „Ach je, ach je, ich komm' zu spät!“ Gehetzt von Terminen mit Kunden vergessen Verkäufer oft das Wesentliche – den Kunden! Entscheidend ist im Verkauf deshalb, sich immer wieder grundlegende Abläufe ins Gedächtnis zu rufen und zu fokussieren, was wirklich wichtig ist: Die Kraft der eigenen Vorstellung und eine überzeugende Sprachstruktur, um den Kunden für sich zu gewinnen und den Umsatz zu steigern.

Viele Verkäufer brennen vor positiver Energie und überrennen, wenn auch meistens unbewusst und ungewollt, so oftmals ihre Kunden. Gegen eine grundsätzlich positive Energie ist im Verkauf nichts einzuwenden, ganz im Gegenteil. Allerdings sollte sie wohltemperiert und gezielt verwendet werden. Starten Verkäufer jedoch immer wieder mit blindem Elan in Verkaufsgespräche, werden sie mit ihren Kunden unliebsame Überraschungen erleben: Die Ablehnung wächst in dem Maße wie die Abschlüsse sinken. Irrtümlich meint der Verkäufer, vielleicht einfach nur noch mehr Energie einbringen zu müssen ... dabei wäre das Gegenteil viel ratsamer!

Die Kraft der Vorstellung – nach innen

Prägende Bilder aus unserer Vergangenheit sind ausschlaggebend für das Handeln und Steuern unserer Emotionen im Verkauf. Und eben diese Emotionen bewegen oft den Kunden wesentlich mehr als logische Fakten, die er von jedem anderen Anbieter ebenso erhält. Bevor es also zum Kundengespräch kommt oder ein neues wichtiges Projekt ansteht, sollte der Verkäufer sich in Ruhe folgende direkte und unumgängliche Fragen stellen: „Worauf bin ich stolz in meinem Leben?“, „Wofür bin ich dankbar?“ Die Kraft der Vorstellung ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor im Verkauf. Kunden merken sofort, wenn etwas nicht stimmt und reagieren darauf mit Skepsis. Nur in einem ausgewogenen und zufriedenen Zustand gewinnen Verkäufer Kunden im Nu für sich. Mit Leidenschaft und Lust allerdings bekommen Verkäufer eine überzeugende Aura. Sind diese authentisch und schwingen sich positiv ein, präsentieren Verkäufer auch ein ausgeglichenes Bild nach außen. Genau diese Kontrolle der eigenen Zustandswelt ist für ein überzeugendes Auftreten gegenüber dem Kunden unerlässlich. Außerdem können Verkäufer auf dieser Basis ihre Gedanken besser strukturieren, das Wesen des Kunden leicht



Das abgehetzte weiße Kaninchen erinnert an Verkäufer, die ihre Kunden leider oftmals überrennen.

ter verstehen, schon im Vorfeld scheinbare Unsicherheiten klären, das Produkt in geeigneter Weise präsentieren und dadurch den Kunden im direkten Gespräch leichter überzeugen.

Die Kraft der Vorstellung – nach außen

Imaginäre Bilder helfen nicht nur dem Verkäufer, sich selbst besser zu verstehen, sondern auch Kunden gezielter anzusprechen. Hinter unserem Handeln liegen tief sitzende und prägende Bilder, hinter diesen Bildern stecken Gefühle und hinter diesen Gefühlen wiederum Werte – Werte, hinter denen sich unbewusst alles verbirgt, was den Kunden zum Handeln bewegt. Diese Gedankenwelt zu steuern ist nicht einfach und in beiden Fällen, ob bei sich selbst oder im Umgang mit Kunden, ein komplexes Thema. Wer als Verkäufer allerdings die Vorstellungskraft seines Kunden aktivieren kann, Bilder im Kopf anschaulich lebendig werden lässt, hat im Verkauf enorme Vorteile. Folgende zwei Steps bauen dabei logisch aufeinander auf:

- Stellen Sie Ihrem Kunden die richtigen Fragen und er wird schon jetzt fühlen, hören und sehen, wie er das Produkt in Händen hält, es benutzt und davon profitiert.
- Bringen Sie Ihren Kunden nun dazu, aus der eigenen Perspektive genau zu schildern, was er mit dem Produkt alles machen kann, wie und wann er es erfolgreich einsetzt.

Qualität der Fragen steigert Quantität der Abschlüsse

Der Kunde muss das Gefühl haben bzw. entwickeln, dass er schon heute im Besitz des Produktes ist. Er muss sich selbst wie in einem Film, in der Zukunft sehen, wie er mit dem Produkt umgeht. Verkäufer, die auf diese Weise in die Denkstrukturen ihrer Kunden eintauchen, haben ein leichtes Spiel im Verkauf. Die drei folgenden Steps geben den nötigen strukturellen Rahmen für ein optimales Verkaufsgespräch:



Die Devise im Verkaufsgespräch heißt Zuhören.

1. Konsequenz aufzeigen

Kunden möchten verständlicherweise eine optimale Lösung erhalten. Verkäufer können mit dem Faktor Konsequenz auf anschauliche Art und Weise Vertrauen beim Kunden aufbauen. Hier ist nicht

nur die perfekte Gelegenheit, das Produkt in vollem Glanz erstrahlen zu lassen, sondern auch, dem Kunden klar und deutlich zu vermitteln, mit welchen Konsequenzen er rechnen muss, wenn er nicht kauft:

- Das heißt ...?
- Das bedeutet für Sie ...?
- Das führt dazu ...?

2. Positive Absicht demonstrieren

Einmal mehr lautet die Devise im Verkaufsgespräch: Zuhören! Was

auch Einwände in positive Absichten umzuwandeln:

- Ihre Absicht ist also ...?
- Sie möchten also ...?
- Ihr Wunsch ist ...?

3. Hierarchie der Werte veranschaulichen

Welcher Wert ist für den Kunden der höchste? Durch Fragen kann der Verkäufer ein neues Ziel definieren, das für den Kunden evtl. sogar einen höheren Wert hat als das, das er ursprünglich angestrebt hat:

- Ist es nicht besser ..., als ...?
- Ist es nicht schöner ..., anstatt ...?

● Ist es nicht nützlicher ..., als ...? Wichtig ist in allen drei Bereichen die Qualität der Fragen, denn diese steigert die Quantität der Abschlüsse. Und damit setzt sich für den Verkäufer eine Erfolgsspirale in Gang: Je mehr Abschlüsse, umso mehr Umsatz; je mehr Umsatz, umso größer ist die Gelassenheit und Sicherheit, ein Verkaufsprofi zu sein. Strahlend bei einem Verkaufsgespräch zu überzeugen, ist nicht immer einfach, wenn das eine oder andere nicht so läuft wie erwartet. Die eigene innere Ruhe und Zuversicht, die dem Kunden suggeriert, dass er genau bei diesem (und keinem anderen) Verkäufer sehr gut aufgehoben ist, bietet jedoch eine solide Basis im Beziehungsaufbau. Mit dem Alltagsdruck umgehen und dabei nicht den Spaß verlieren, ist das Credo, das den Verkäufer von einem Erfolg zum nächsten führt. Und wenn das

weiße Kaninchen wieder einmal auftaucht und mit einem Blick auf seine Uhr drängt: Bleiben Sie ruhig; gehen Sie, wie Sie es gelernt haben, Schritt für Schritt vor. Kunden sind auch nur Menschen ... und viele von ihnen kennen das weiße Kaninchen ebenfalls. Wie wohlthuend ist es da, gemeinsam einen Gang zurückzuschalten, ein ebenso angenehmes wie zielführendes Verkaufsgespräch zu führen, das beide mit dem guten Gefühl verlassen, das Richtige getan und sich richtig entschieden zu haben.

Zur Person



Marc M. Galal ist Vertriebsexperte und lizenziertes NLP-Trainer. Auf dieser Grundlage hat er das Verkaufskonzept NLS Neuro-Linguistic-Selling entwickelt. Eine einzigartige Verkaufslinguistik macht NLS zu einem unentbehrlichen Werkzeug für den modernen, professionellen Verkäufer. Weitere Informationen: www.marcgalal.com