

Ein zentrales Geheimnis im erfolgreichen Verkauf

„Verkaufen“ – ein geradezu magisches Wort. Denn es verspricht Erfolg, Geld und manchmal auch Karriere für alle die Personen, die im Verkauf tätig sind.

Andererseits **besitzt der Berufsstand der Verkäufer** (hier und nachfolgend sind damit sowohl weibliche als auch männliche Verkäufer gemeint) **in der Bevölkerung ein negatives Image**. Dies gilt sowohl für Produktverkäufer als auch für Versicherungsvertreter oder Bankberater. Das zeigen die jährlichen Umfragen des Allensbach-Instituts zu den angesehensten Berufen in Deutschland.

Woher rührt dieses schlechte Image in der Öffentlichkeit? Ein Grund dafür ist zweifelsohne der lange Zeit praktizierte „Hochdruckverkauf“. Sätze wie „Ich fühle mich über´s Ohr gehauen.“, „Die wollen nur Profit machen.“, „Die Kundenbedürfnisse sind zweitrangig, an erster Stelle müssen Zielvorgaben erfüllt werden.“ spiegeln die Meinung der breiten Bevölkerung wider. **Offensichtlich stand lange Zeit der Kunde nicht im Mittelpunkt des Verkaufens – und er hat es gespürt**. Vereinzelt ist dies auch heute noch der Fall.

Erfolgreiches Verkaufen lässt sich fast immer lernen. Doch gehört dazu mehr, als sich nur reine Verkaufstechniken anzueignen und sie einzusetzen – wie es manche Bücher und Seminare vermitteln wollen. Denn dann besteht die Gefahr, dass die Konzentration des Verkäufers auf der gelernten Verkaufstechnik liegt und der Blick für den Kunden verloren geht. Doch Kunden sind Menschen. **Kunden wollen individuell bedient werden**. Und Menschen funktionieren nicht auf Knopfdruck oder nach Verkaufstechnikmustern. In meinen Seminaren erleben die Teilnehmer in verkaufpsychologischen Rollenspielen, was das bedeutet.

Meiner Meinung nach **beginnt erfolgreiches Verkaufen im Kopf des Verkäufers und endet im Kopf des potenziellen Käufers**. Weil das Unterbewusstsein des Käufers entscheidet, was er bei wem kauft. Und weil das Unterbewusstsein des Verkäufers entscheidet, wie er vor dem Kunden auftritt und agiert.

Erfolgreiches Verkaufen **setzt also eine gewisse Kenntnis voraus, wie Menschen „ticken“**. Im Kern stellen sich die folgenden Fragen: Wie reagieren Menschen auf gewisse Worte? Wie reagieren Menschen auf Kleidung? Wie reagieren Menschen auf Körpersignale? Welchen Stellenwert hat das korrekte (Etikette-)Verhalten? Wie erkenne ich, was der Kunde wirklich benötigt? Und manchmal auch: Wie bringe ich den Kunden dazu, überhaupt selbst zu erkennen, was er benötigt?

Wirklich erfolgreiche Verkäufer arbeiten nicht nach „Schema F“. Vielmehr verstehen Sie es, auf Ihre Kunden, deren Wünsche und Bedürfnisse einzugehen und das Angebot nutzenorientiert so zu präsentieren, dass sich die Kunden davon begeistern lassen. Sie zeichnen sich dadurch aus, dass sie ihr Gegenüber gut beobachten (was sagt mir dessen Körpersprache!), sich gut in andere Personen einfühlen können, ruhig und gelassen bleiben und ein großes Selbstvertrauen besitzen.

Kunden kaufen normalerweise keine Produkte und keine Dienstleistungen, nur weil es diese gibt. Sondern stets muss der Kunde einen Nutzen für sich erkennen. Wer kauft schon eine Bohrmaschine, wenn er keine Löcher bohren muss? Oder wer kauft schon einen Rasenmäher, wenn er keinen Rasen hat?

Für die Praxis folgt daraus ein **zentrales Geheimnis erfolgreichen Verkaufens**: Erkennen Sie zunächst, welche Bedürfnisse und Probleme Ihr Kunde hat und lösen will. Manchmal ist es sogar notwendig, dafür erst ein ausreichend großes Bewusstsein bei ihm zu schaffen, wenn ihm das Problem nicht in der gesamten Tragweite bekannt ist. Erzeugen Sie anschließend Betroffenheit bei Ihrem Kunden, indem Sie beispielsweise Szenarien schildern, die eintreten können und für ihn nachteilig sind, wenn er sein Problem nicht löst. Wenn diese Betroffenheit vorhanden ist, fragen Sie danach, ob es denn nicht hilfreich wäre, diese negativen Folgen zu vermeiden. **Erst wenn diese Frage bejaht wird, dann ist der Zeitpunkt gekommen, an dem sie Ihre Lösung präsentieren.** Denn nun hat sich Ihr potenzieller Kunde dafür ausgesprochen, die negativen Konsequenzen aus seinem Problem vermeiden zu wollen. Auch dies ist eine Erkenntnis aus der Verkaufspsychologie: Was ein Mensch, ein Kunde, selbst erkennt und einsieht, dem stimmt er leichter zu. Selbstverständlich bedienen Sie sich bei diesem Vorgehen wesentlicher Inhalte der Rhetorik und der Körpersprache. Und: Sie hören mehr zu als Sie reden. Sie fragen mehr als Sie behaupten oder feststellen. Denn nur dann stellen Sie Ihren Kunden in den Mittelpunkt des Verkaufsgesprächs.

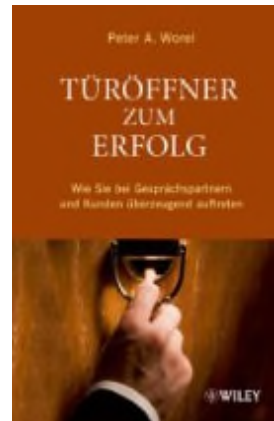
Sie erleben es vermutlich selbst in unterschiedlichen Situationen, dass viele Verkäufer glauben, sie müssen von vornherein die Vorteile ihres Produktes oder ihrer angebotenen Dienstleistung mit einer Flut von Daten und Informationen anpreisen und darüber zum Verkauf kommen. Abgesehen davon, dass die Mehrzahl dieser Informationen vom Kunden sowieso nicht aufgenommen werden können (das lehrt uns die Gehirnforschung), **geht dieser Weg oftmals an den Bedürfnissen der Kunden völlig vorbei.** Nochmals: Was helfen die besten Vorteile einer Bohrmaschine oder eines Rasenmähers, wenn der Gesprächspartner keine Löcher bohren muss beziehungsweise keinen Rasen besitzt.

Auch in Verkaufsgesprächen geht es letztendlich darum, dass **Sie als Verkäufer durch Ihr Auftreten das Unterbewusstsein Ihrer Kunden und Gesprächspartner positiv konditionieren.** Sie müssen den Eindruck gewinnen, dass Sie sie ernst nehmen sowie ihre Bedürfnisse und Probleme wirklich erkannt haben und lösen wollen. Dies lässt sich trainieren. Allerdings umfasst ein solches Training mehr als das Erlernen bekannter oder neuer Verkaufstechniken. Denn diese wirken meist unpersönlich. Und es umfasst vor allem eines: nämlich ein in sich stimmiges Zusammenspiel von Rhetorik, Etikette, Kleidung und Körpersprache.

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg beim Verkaufen und zahlreiche zufriedene Kunden.

Mit herzlichen Grüßen, Ihr Peter A. Worel

Seit Oktober 2011 im Buchhandel
und im Internet für Sie erhältlich:



Für firmeninterne Seminare, Individualtrainings und Coachings sowie Vorträge stimmen Sie gerne Termine und Inhalte mit uns ab. Dabei zählen Ihre Bedürfnisse.

Die nächsten offenen Seminare finden für Sie statt (Sie können sie flexibel auch firmenintern buchen):

„Türöffner zum Erfolg I“ (Das Start-Seminar zum Buch von Peter A. Worel)

– 28./29. März 2014 in München war ausgebucht – Folgetermin im zweiten Halbjahr 2014 erfahren Sie demnächst

„Etikette – ein Türöffner zum Erfolg“ (Grundseminar)

– 31. März 2014 in München war ausgebucht – Folgetermin im zweiten Halbjahr 2014 erfahren Sie demnächst

„Rhetorik und Körpersprache I – Intensivseminar mit zahlreichen Videoübungen“

– 05./06. Mai 2014 in München – nur noch wenige Plätze frei

Daten zum Buch „Türöffner zum Erfolg – Wie Sie bei Gesprächspartnern und Kunden überzeugend auftreten“ (empfohlen u.a. von *managementbuch.de* und *Handelsblatt*):

Gebundene Ausgabe: 363 Seiten

Verlag: Wiley-VCH Verlag

ISBN-13: 978-3527506262

Preis: 19,90 Euro

Was Sie können, wissen Sie. Bei uns erfahren Sie, was Sie noch nicht können.
Stilwelt® – mehr Nutzen als üblich.