



Unter Kollegen

Klarheit mit Konzept

10/31/2011

Ausgabe 3

Verkäufer zu sein ist eine Entscheidung und kein Talent

Ich sitze im Büro, vor mir sitzt ein klassischer Verkäufer. Er zeigt mir Hochglanzprospekte und zählt mir alle Argumente auf, die für sein Produkt sprechen. Hierbei baut er geschickte Fragen ein ohne dabei seinen Leitfaden der Power-Argumentation zu vergessen.

10 Minuten vergehen und innerlich frage ich mich, wo ist der Haken an der Sache. Ich kann eigentlich der Argumentation nur noch oberflächlich folgen, mein Gehirn arbeitet auf Hochtouren und sucht den Haken. Ich suche förmlich nach dem „Haar in der Suppe“ und das, obwohl ich von Hause aus kein misstrauischer Mensch bin.

Kennen Sie das? Der gut geschulte Verkäufer, der Fragetechniken gelernt hat und seine Argumentation aus dem FF kennt. Was fehlt solchen Menschen, die teilweise auf uns aalglatt wirken? Warum erreichen sie uns nicht?

Mir persönlich fehlt zuerst die Glaubwürdigkeit und damit das Vertrauen. Körpersprache und Redefluss zeigen mir sehr deutlich die Unsicherheit, die dahinter

steckt.

Außerdem fühle ich mich instrumentalisiert und nicht wertgeschätzt. Meine Zielsetzungen und meine Denkweisen wurden schlicht nicht wahrgenommen.

Ein guter Verkäufer zeichnet sich für mich durch authentisches Verhalten und durch seine Empathiefähigkeit aus. So ist er in der Lage er selbst zu bleiben und gleichzeitig besitzt er eine Anpassungsfähigkeit, die es ihm erlaubt, in die Denkstruktur des anderen einzutauchen.

Manche Menschen, häufig Techniker glauben, dass diese Verkäuferfähigkeit nicht erlernbar ist. Sie sind der festen Meinung, dass diese Geschicklichkeit bereits jemandem in die Wiege gelegt worden ist.

Das glaube ich nicht! Verkaufen, Empathiefähigkeit und der Umgang mit Menschen ist erlernbar, dabei sage ich sogar wieder erlernbar. Denn jeder von uns hat diese Fähigkeit sich auf den anderen einzulassen als Baby bereits perfekt

Menschenführung

Der begabte talentierte Verkäufer, ein Ammenmärchen?

Es wird Zeit, dass wir aufräumen und unsere Verkaufsstrategie auf eine saubere Basis stellen.

Es geht nicht darum unseren Kunden über den Tisch zu ziehen, sondern darum, dass wir begreifen wie unser Gegenüber „tickt“, was er von uns erwartet.

Den Menschen im Business Alltag wieder verstehen, als wertvolle Wesen anzuerkennen und nicht nur als Funktionsträger wahrzunehmen.

Wir Menschen sind den Maschinen weit überlegen, wenn wir das menschliche, die Einzigartigkeit wieder mehr zulassen.

Todzi, Manuela
Klarheit mit Konzept

Steinring 65, 44789
Bochum
Ruhrstraße 181, Bochum

0234-93 77 3 31

Klarheit-mit-konzept.com



gekonnt.
Schauen Sie mal in einen Kinderwagen und sie werden schnell bemerken, wie das Kind mit Ihnen Kontakt aufnimmt und auch intuitiv weiß, was gerade in der Bezugsperson vorgeht. Der Spruch „Kinder und Hunde bekommen alles mit“ macht sehr deutlich, dass wir Menschen in jungen Jahren sehr gut empathisch ausgebildet sind und unverfälscht unsere Spiegelneuronen im Gehirn nutzen. Unser Wahrnehmungsfilter wächst dann mit den Jahren und trübt dann gelegentlich unseren empathischen Blick.

Allerdings glaube ich nicht, dass wir verkaufen in einem 5 Tage-Seminar lernen. Es ist ein Prozess.

Zunächst einmal sollte ich als Verkäufer meine Glaubwürdigkeit und Vertrauen aufbauen können. Hierzu sollte ich mit dem Kunden eine Verbindung herstellen und in Beziehung gehen. Hierzu gehört aktiv hören und mit den Sinnen wahrnehmen. Was will mein Kunde genau, wo liegen seine Sorgen und Befindlichkeiten? Welche Strategie verfolgt er? Welche Zielsetzung hat er genau? Welche Denkstruktur und Sinneskanäle benutzt er.

Hier muss ich mich also emotional auf mein Gegenüber einstellen, d.h. wenn mein Kunde zum Beispiel sagt: „Ich höre jetzt schon meine Kollegen sagen,“ Oder „ Das sehe ich so und so“ oder „Mir ist wichtig, dass ich die Materie richtig erfasse“ ,dann habe ich hier bereits Hinweise mit welchen Sinnesorganen mein Gegenüber mehr vertraut ist.

Im Ersten Fall handelt es sich um den auditiven Typen (er hört was die Kollegen sagen), im zweiten Fall haben wir den visuellen Typen (hier sieht er vor seinem geistigen Auge) und im dritten Fall haben wir den kinästhetischen Typen (er fasst an). Wenn ich jetzt als Verkäufer mein Gegenüber in dem richtigen Sprachmuster abholen kann, dann wird er mich besser verstehen und mir mehr Vertrauen schenken. Außerdem erfahren wir durch aktives Zuhören, welche Denkstruktur mein Gegenüber mitbringt. Ist er ergebnisorientiert oder ist es ihm wichtig, alles bis in kleinste Detail zu verstehen oder will er ein Geschäft des Vertrauens abschließen. Aufschluss kann auch die Fragestellung seiner zeitlichen Erfahrungsorientierung geben, der eine hat seinen Bezugspunkt mehr aus der Vergangenheit (z.B. das mache ich immer so), der andere lebt mehr im Hier und Jetzt (z.B. was schert mich mein Geschwätz von gestern) und wiederum ein anderer orientiert sich mehr in der Zukunft (z.B. hier mache mir aber Sorgen, ob diese Veränderung angenommen wird). Auch die Körperhaltung kann mir viel verraten: Wie steht der Kunde zu mir? Ist er offen? Ist er angespannt oder locker?

Also, die erste Verkäuferweisheit lautet aktiv zuhören und wahrnehmen. Sie werden schnell feststellen, dass Ihr Kunde Ihnen den Nutzen, den er erreichen möchte selbst erzählt und dass Sie nur noch Ihre Dienstleistungen und

Produkte auf das für ihn Wesentliche in der Argumentation abstimmen brauchen.

Seine eigene Wahrnehmung zu schulen, dass ist erlernbar. Es geht nicht von heute auf morgen, jedoch mit der Zeit bekommen Sie Übung. In meinen Workshops erlebe ich es sehr häufig, wie Menschen sich hier weiterentwickeln oder sollte ich besser sagen wieder zurück entwickeln?

Dabei fängt alles mit der Selbsterkenntnis an.

Wissen Sie welche Denkweise Sie selbst bevorzugen, ob Sie ein visueller, auditiver oder kinästhetischer Mensch sind oder in welchem zeitlichen Bezug Sie denken oder was Ihre Entscheidung nachhaltig beeinflusst?

Dieses Wissen könnte Ihre Welt verändern, Ihnen neue Perspektiven eröffnen und neue Möglichkeiten bieten.

Gerne lade ich Sie als Kollegin zu einem gemütlichen Cappuccino ein und wir klären was für ein „Typ“ Sie sind.

Es lohnt sich, denn es geht um den wichtigsten Menschen in Ihrem Leben.

Es geht um Sie.

Herzliche Grüße

Ihre Kollegin

Manuela Todzi