

Der Konkurrenzdruck in fast allen Branchen steigt und steigt – unter anderem, weil die Produkte stets vergleichbarer werden. Also gewinnt die Persönlichkeit des Verkäufers an Bedeutung. Spitzen-Verkäufer wissen das und nutzen diese Situation für ihren Erfolg.

Die Produkte werden immer vergleich- und austauschbarer. Diese Klage vernimmt man regelmäßig auch von Verkäufern. Dabei müssten sie sich hierüber freuen. Denn wenn die Produkte vergleichbarer werden, gewinnt der Verkäufer an Bedeutung. Sein Auftreten und Verhalten entscheidet zunehmend darüber, für welches Angebot ein Kunde sich entscheidet. Diese Situation nutzen Top-Verkäufer. Sie emotionalisieren ihr Angebot und kommunizieren mit ihren Kunden so, dass

- sie in deren Köpfen die „Nummer 1“ werden und
- die Kunden bei ihnen (und nicht bei Mitbewerbern) kaufen.

Heute gilt mehr denn je: Kunden kaufen immer das „emotionale Gesamtpaket“ aus Verkäufer und Angebot. Und: Nur wenn ein Verkäufer überzeugt, wird auch sein Angebot für den Kunden die Nummer 1. Doch leider stimmt bei vielen Verkäufern das „Gesamtpaket“ nicht. Zum Beispiel, weil sie sich nicht ausreichend für anstehende Kundengespräche motivieren. Oder weil sie in ihnen zu wenig Interesse an ihren Kunden zeigen. Oder weil sie in ihnen einen verbalen Schlingerkurs fahren. Die Folge: Der Kunde fühlt sich im Kontakt mit dem Verkäufer nicht wohl. Also begeistert er sich auch nicht für sein Angebot. Und der Verkäufer? Er steht nach dem Gespräch mit leeren Händen da. Ganz anders, wenn ein Kunde sich im Kontakt mit dem Verkäufer wohl fühlt. Dann begeistert er sich auch für sein Angebot und kauft.

Top-Verkäufer haben gelernt, diese positive „Kettenreaktion“ bei Kunden auszulösen, indem sie die „Erfolgsverhinderer“ in ihrem Verhalten identifizierten und ein bewusst anderes Verhalten trainierten. Hier zwölf Praxistipps, worauf Sie als Verkäufer achten sollten, damit

- Sie mehr Spaß an Ihrem Beruf,
- Ihre Kunden mehr Freude am Gespräch mit Ihnen und
- Sie somit auch mehr Erfolg haben

1. Gute Laune haben, gute Laune erzeugen!

Der Verkaufserfolg beginnt in Ihrem Kopf. Oder anders formuliert: 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 total neugierig auf den Kunden sind. Dann kommen Sie bei ihm auch gut an.

2. Der erste Eindruck zählt, der letzte Eindruck bleibt!

Es gibt zwei Schlüsselmomente in jedem Verkaufsgespräch: der erste und der letzte Eindruck. 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. Wenn Ihre innere Einstellung zum Kunden und Verkaufen stimmt, ist dies meist der Fall.

Der letzte Eindruck hingegen, also Ihre abschließenden Worte und Taten sowie die Verbindlichkeit und Entschlossenheit, die Sie beim (Verkaufs-)Abschluss ausstrahlen, entscheiden darüber, wie der Kunde Sie im Kopf behält. Er entscheidet somit auch darüber, ob er (auch künftig) bei Ihnen kauft.

3. Freund oder Feind? Ihre Mimik entscheidet!

Schon unsere Vorfahren entschieden anhand der Mimik des Gegenübers: Freund oder Feind? Dasselbe tun wir heute – vor allem in der Startphase von Gesprächen. Achten Sie also darauf, dass Ihre Mimik nicht zum Beispiel „Desinteresse“ signalisiert, während Sie zugleich verbal sagen „Schön, dass ich Sie treffe“. Doch Vorsicht! Am wichtigsten und verräterischsten 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 freudige Spannung versetzen. Dann strahlen Ihre Augen.

4. Angleichen sorgt für ein gutes Klima!

Fahren Sie zu Beginn des Gesprächs Ihre „Antennen“ aus. Beobachten Sie den Kunden und sein Verhalten sehr genau. Wie wirkt er? Müde und gestresst oder relaxt und gut gelaunt? Wie spricht er? Laut oder leise, langsam oder schnell? Welche Sprache wählt er? Spricht er wie ein nüchterner Technokrat oder blumig mit vielen Bildern. Gleichen Sie Ihre (Körper-)Sprache sowie Ihre Sprech- und Verhaltensweise dem Gegenüber an. Denn Gemeinsamkeiten schaffen Vertrauen! Und achten Sie auf regelmäßigen Blickkontakt. Auch er schafft Verbindung.

5. Verkaufen Sie Emotionen!

Kunden kaufen Emotionen. 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 guten Freunden tun. Authentisches Verkaufen ist einfach unschlagbar – heute mehr denn je! Doch Vorsicht: Nur ehrliche Gefühle wirken positiv! Deshalb sollten Sie lernen, Ihre Gefühle zu managen (siehe 1).

6. Die Besten fragen, die Durchschnittlichen reden!

Alle Dienstleistungsberufe sind fragende Berufe. Ob Arzt oder Anwalt, Handwerker oder Friseur – für alle Top-Dienstleister gilt: Sie 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 (Teil-)Entscheidungen herbeiführen, und
- Bestätigungsfragen zur Absicherung und Einwandvermeidung.

Und achten Sie bei jeder Frage und Aussage 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. Und dies obwohl sie vorgeben, sie wollten etwas über ihre Kunden erfahren, in ihre „Welt“ eintauchen und ihren Bedarf ermitteln. Sagen Sie in Kundengesprächen einfach mal nichts. Pausen dienen Ihnen zum Vor- und dem Kunden zum Nachdenken. Und Pausen erhöhen die Spannung und verleihen Ihren Kernaussagen mehr Wirkung.

8. Nutzensprache verwenden!

Sagen Sie den Kunden nicht, was Sie können, haben, bieten. „Ich habe“. „Ich kann“ „Ich werde“ Alles Ich-Aussagen! Dabei sollte doch der Kunde im Zentrum des Gesprächs stehen. Verdeutlichen Sie stattdessen Ihrem Kunden mit einer kundenorientierten Nutzensprache glasklar, welche tolle Vorteile er von Ihrem Angebot hat: „*Sie gewinnen*“, „*Sie sparen*“, „*Sie nutzen*“, „*Sie erreichen*“. Und bauen Sie in Ihre Aussagen sogenannte Magic Words, also emotionalisierende Adjektive, ein, die den Kunden zum Träumen bringen. Zum Beispiel: „*Sie gewinnen wertvolle Anregungen*“ „*Sie sparen kostbare Zeit*“ „*Sie nutzen innovative Konzepte*“

9. Unwörter, Verallgemeinerungen und Füllwörter vermeiden!

Vermeiden Sie solche Unwörter wie „aber“ und „trotzdem“, denn sie erzeugen einen Gegensatz; des Weiteren Verallgemeinerungen wie „nie“, „jeder“, „alle“ und „immer“, denn sie provozieren Widerspruch und verpesten die Atmosphäre. Auch das Wort „müssen“ sollten Sie, soweit möglich, aus Ihrem Wortschatz streichen. Denn kein Kunde lässt sich gerne etwas befehlen.

10. Versteckte Botschaften nutzen!

Fast alle Menschen sind zuweilen etwas entscheidungsschwach (auch ich) und begrüßen es, wenn sie sanft geführt werden. Nutzen Sie deshalb ruhig ab und zu versteckte Botschaften, um das Gespräch in die gewünschte Richtung zu lenken. Zum Beispiel: „*Bevor Sie sich dafür entscheiden,*“. Oder: „*Nachdem wir uns geeinigt haben,*“.

11. Begrüßen Sie Einwände!

Einwände zeigen, dass der Kunde noch Interesse hat. Entscheidend ist, wie Sie darauf reagieren. Weniger wichtig ist, was Sie sagen. Entscheidender ist, dass Sie auf Einwände – wie ein Profi – souverän und gelassen reagieren. Zum Beispiel mit Aussagen wie: „Gut, dass Sie das fragen“ Oder: „Ich verstehe Ihre Bedenken“. Minimieren können Sie die Zahl der Einwände (zum falschen Zeitpunkt), indem Sie im Gesprächsverlauf regelmäßig Bestätigungsfragen stellen. „*Sehen Sie das auch so?*“ „*Haben Sie sich das so vorgestellt?*“ Oder indem Sie den Kunden anschauen und mit einem kurzen Kopfnicken fragen: „*Einverstanden?*“

12. Keine Angst vor dem „Nein“ des Kunden!

Der Verkaufsabschluss ist die Krönung richtig guter verkäuferischer Arbeit. Leider haben viele Verkäufer Angst, der Kunde könne nach einem bis dahin angenehmen Gespräch doch ablehnend reagieren und „nein“ sagen. Deshalb werden sie plötzlich unverbindlich und wirken unsicher und unauthentisch. Und vereiteln damit jede Verkaufschance.

Top-Verkäufer bleiben auch am Ende eines Verkaufsgesprächs zielbewusst und entschlossen. Und: Sie lassen die Früchte ihrer Arbeit nicht durch ihre Finger gleiten. Sie sagen vielmehr, wenn aus ihrer Warte die Zeit und der Kunde reif zum „Abschluss“ ist, zum Beispiel: „Soll ich im Vertrag als Liefertermin den 15. oder den 30. August notieren?“ Oder: „Möchten Sie für Ihre neuen Schuhe auch eine passende Schuhcreme haben?“

Sie setzen also die Kaufentscheidung des Kunden voraus und stellen eine weiterführende Frage. Und wenn der Kunde erwidert: „Halt, so weit bin ich noch nicht.“? Dann klären sie, woran die Kaufentscheidung des Kunden noch hängt und beantworten die noch offenen Fragen. Und danach stellen sie erneut die Abschlussfrage – auch auf die Gefahr hin, dass der Kunde erneut und nun definitiv „nein“ sagt. Denn sie wissen: Beim Verkaufen ist es wie im Liebesleben. Manchmal passt einfach die Situation nicht, dass zwei potenzielle 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.