



ARTIKEL FÜR FIRMENPRESSE.DE am 18.04.2016

Warum der Gottschalk dem Schäuble nie was verkaufen könnte

Wer glaubt, dass ein Verkäufer nicht auf den Mund gefallen sein darf, weil er ja verbal überzeugen muss, der liegt nur bedingt richtig. Stellt man sich die fiktive Situation kurz vor, dann wird klar, dass die beiden zu unterschiedlich sind und ein Innenminister Schäuble an der Art des Verkäufers Gottschalk gar keinen Gefallen finden würde.

Auch wenn man dem jetzt zustimmt bleibt die Frage, warum das so ist und an welchen Faktoren man dieses Gefühl festmachen kann.

Stellen wir uns folgendes Szenario vor: Thomas Gottschalk bietet Wolfgang Schäuble das aktuelle iPhone an. Er präsentiert mit vollem Körpereinsatz und dynamisch schwungvoller Körpersprache und betont dabei, dass es sich um das innovativste Gerät voller Neuerungen und noch nie dagewesener technischer Spielereien handelt und Abwechslung und Spaß verspricht.

Ganz anders jedoch die vorrangig gewünschten Werte eines Wolfgang Schäuble. Spaß und Spielereien im Telefon? Vom persönlichen Eindruck und Erscheinungsbild des Verkäufers ganz zu schweigen, welches nicht seiner Vorstellung eines seriösen und glaubwürdigen Fachmanns entspricht, der ihn mit den für ihn wichtigen Detailinformationen überzeugen kann.

Verkäufer Schlüssel und Kundenschloss

Es treffen zwei Welten aufeinander, die nicht zueinander passen. Gottschalk fehlt mit seiner natürlichen Art und Weise der Schlüssel zur Werte- und Motivwelt von Schäuble.

Auch in der „richtigen“ Verkäuferwelt sind die Folgen fatal: Kunde und Verkäufer reden konsequent aneinander vorbei. Beim Kunden können niemals ausreichend wirkungsvolle emotionale Kaufimpulse ausgelöst werden. Im Gegenteil: Der Kunde findet genügend Gründe, die aus rationaler Sicht gegen einen Kauf sprechen. Pointiert ausgedrückt: Der Verkäuferschlüssel passt nicht ins Kundenschloss.



Aber es geht auch anders: Die Alternative heißt „Zusagesicherheit durch angepasste Kommunikation“ erreichen. Denn wer in Frankreich in französischer und in England mit englischer Sprache reden kann, tut sich leichter.

Erkenne zuerst dich selbst, dann den anderen

Eindeutige Zusagesicherheit entsteht, wenn genügend Kaufimpulse ausgelöst und gleichzeitig rationale Kaufhemmnisse verhindert werden. Voraussetzung ist, dass der Verkäufer während der Beratung und des Verkaufsgespräch das Emotions- und Wertesystem des Kunden anspricht. Der Verkäufer sollte darum die verschiedenen Emotionsprägungen und damit Emotionsprofile kennen, mit denen die Kunden sein Vorgehen jeweils durch die Brille ihres persönlichen Motiv- und Emotionsschwerpunktes bewerten. Denn dann kann der Verkäufer den Kunden sowohl auf der rationalen als auch der emotionalen Ebene überzeugen.

Wie man andere Menschen einschätzt

Jeder Verkäufer sollte wissen welche Emotionssysteme bei ihm selbst dominieren – und welche beim Kunden. Dabei können wir unterscheiden:

- die progressive Erneuerer-Emotionsprägung,
- die expansive Sprinter-Emotionsprägung,
- die sicherheitsorientierte Kalkulator-Emotionsprägung
- die nach Harmonie strebende Partner-Emotionsprägung

Alles was bei meinem Gegenüber zu hören, zu beobachten oder über ihn zu lesen ist, stellt ein „Mosaiksteinchen“ dar und kann einer Emotionsprägung zugeordnet werden. Stein für Stein gilt es zu sammeln und so nach und nach ein Profil zu erkennen, ohne den Menschen in eine Schublade stecken zu wollen. Niemand passt in eine Schublade und wer seine Kommunikation versucht mit Schubladendenken zu gestalten, erreicht nicht die optimale Wirkung.

Mit ein wenig Übung erstellen Sie ein Emotionsprofil, bei dem sie die vier Emotionsprägungen mit ihrer Ausprägung prozentual gewichten. Die könnte bei Herrn Schäuble nach obiger Auflistung so aussehen: Erneuerer 10/ Sprinter 30/ Kalkulator 40/ Partner 20, während sie bei Gottschalk eher in Richtung Erneuerer 50/ Sprinter 20/ Kalkulator 10/ Partner 20 geht.



BrainSALES®

Gehirnfreundlich verkaufen.

Negative Emotionen verhindern

Stellen wir uns nochmals vor, wie der extrovertierte Verkäufer Thomas Gottschalk auf den Kunden Wolfgang Schäuble trifft: Durch sein Verhalten hat Gottschalk bei Schäuble negative Gefühle entstehen lassen, die zu Unlust führen. Verkäuferische Anpassung würde bedeuten, dass Herr Gottschalk sich von seiner Art und Weise etwas zurücknimmt und eher ruhig und sachlich kommuniziert. Er schildert beispielsweise wie hoch qualifizierte Ingenieure das Gerät in über 50.000 Arbeitsstunden perfektioniert und alle geltenden Qualitätsstandards übertroffen haben. Zudem analysiert er messerscharf, warum das Gerät virenfrei bleibt und wie Daten kryptisch verschlüsselt auf zwei unterschiedlichen Medien gesichert werden und ein Datenverlust und ein Ausspähen durch die NSA ausgeschlossen sind.

Der Autor

Sinisa Trisic ist Vertriebs- und Führungskräftetrainer und weist über 20 Jahre Verkaufs- und über 15 Jahre Führungserfahrung auf. Er war zuvor mehrere Jahre Mitglied der deutschen Karate-Nationalmannschaft und brachte später als Trainer einen Vizeweltmeister hervor. 2009 absolvierte er die Ausbildung beim Institut für Trainingsentwicklung und Methodenforschung (INtem®) zum zertifizierten Vertriebs- und Führungskräftetrainer und gründete die BrainSales GmbH. Heute befähigt Trisic mit seiner preisgekrönten BrainSALES® Methode (Internationaler Deutscher Trainingspreis des BDVT in Silber) Verkäufer und Führungskräfte zu Höchstleistungen.

Kontakt: BrainSALES GmbH, Tel: 0711/49047-702, E-Mail: info@brainsales.de,

Internet: www.brainsales.de