

Mit ganzem Herzen

Von Mensch zu Mensch: Wie Sie im Verkauf bei potenziellen Kunden Interesse wecken, verrät **DI Dr. Clemens Widhalm**

Wie gefalle ich dem Kunden? Wie mache ich mein Portfolio interessant? Wie lasse ich das eigene Produkt attraktiv erscheinen? Wie bringe ich den anderen dazu, mehr von mir zu wollen? Typische Fragen, die sich Verkäufer oft stellen. Allerdings die falschen Fragen und diese führen in die Irre. Außerdem führen diese Fragen zu Kundenvertreibungen – deshalb heißt das ja auch Vertrieb, oder?

Warum das so ist? Mit diesem egozentrischen Standpunkt lassen sich einfach keine Freunde gewinnen. Menschen, die nur an die eigenen Interessen denken, rufen bei anderen Aversionen hervor.

Dass es anders besser geht, ist durchaus schon lange bekannt. „Wenn es ein Geheimnis für den Erfolg gibt“, sagte Henry Ford, „so ist es das: den Standpunkt des anderen verstehen und die Dinge mit seinen Augen ansehen.“

Und hier kommen wir zum springenden Punkt. Wecken können wir nur etwas, was grundsätzlich schon da ist. Das gilt auch für Interessen. »



Um diese bei potenziellen Kunden zu wecken, müssen wir sie erst kennenlernen. Nur wenn wir unsere Gesprächspartner dazu bringen, bereitwillig zu erzählen, kommen wir wirklich weiter: Unser Gesprächspartner muss fühlen, dass wir uns tatsächlich für ihn interessieren, damit er sich öffnet.

Oder wie Dale Carnegie schreibt: „Sie können sich innerhalb von zwei Monaten mehr Menschen zu Freunden machen, indem Sie sich für andere interessieren, als Sie sich in zwei Jahren zu Freunden machen können, indem Sie versuchen, andere für sich zu interessieren.“ Aus Sicht des kalkulierenden Sales Managers müsste jetzt klar sein, welche Vorgehensweise bei Verkäufern zu entwickeln ist.

Die erfolgversprechenden Verhaltensprinzipien sind nicht kompliziert. Es beginnt mit

respektvollem Zuhören, wenn der andere spricht, ohne zu unterbrechen. Es gilt nachzufragen, um besser und tiefer zu verstehen. Es ist hilfreich, sich an den Sprechstil bzw. die Sprachebene anzupassen und Anerkennung auszusprechen, wo es angemessen ist. Es gilt vorbereitet zu sein und so Respekt vor der Zeit des anderen zu zeigen.

In dem Maße, in dem wir Vertrauen gewinnen, erwerben wir auch das Recht, tiefergehende Fragen nach den verschiedenen Interessensbereichen zu stellen. Und in diesen Zeiten der Verunsicherung ist Vertrauen der wichtigste Schlüssel, Kunden eine Entscheidung für uns zu ermöglichen.

Doch Achtung vor allzu berechnender Vorgehensweise. Wenn das Interesse am Gegenüber nur geheuchelt ist, wird das zu spüren sein. Ohne die klare persönliche Entscheidung, sich für den anderen aufrichtig zu interessieren, werden diverse Techniken und Prozesse im Verkauf langfristig zahllos. Verhalten und Einstellung müssen zusammenpassen. Perfekt einstudierte Skripts überzeugen nicht, wenn das Herz fehlt.

Denn Verkaufen ist nicht nur B2C oder B2B, sondern immer noch M2M – von Mensch zu Mensch. ■

DI Dr. Clemens Widhalm ist Geschäftsführer der Dale Carnegie Austria (DCA) Training GmbH und verantwortlich für Sales und Marketing. Er ist Autor der „55 Trainerfallen“, erschienen im Linde Verlag.

>> SEMINAR-TIPPS

Die Kraft der Sprache im Verkauf

Theorie und Praxis des kommunizierten Selbstvertrauens in Verkaufsgesprächen

09.-10.11.2009 / Wien

www.wifiwien.at/wmf/

Sales Advantage – professionell verkaufen

16.-18.11.2009 / Salzburg

www.dale-carnegie.at/SADV

Acht Stufen zum Verkaufserfolg

So werden Sie Profi im Außendienst und Key Account

08.-10.03.2010 / Linz

www.vbc.at

 **Klick! www.dale-carnegie.at**