

Weg 29 - 37 zu mehr Erfolg in Verhandlungssituationen

Was du denkst, das bist du.

Was du bist, das strahlst du aus.

Was du ausstrahlst, ziehst du an.

Nach Carl Rogers, dem Begründer der personenzentrierten Gesprächsführung, ist der Erfolg von Gesprächen nicht vom Wissen und technischen Können, sondern von bestimmten Grundhaltungen und damit verbundenen Verhaltensweisen wenigstens eines Gesprächspartners abhängig.

Die in diese Buch aufgeführten 37 Grundhaltungen zu mehr Erfolg in Verhandlungssituationen zeigen, mit welchen verinnerlichten Grundhaltungen ein Verkäufer zum Top-Verkäufer werden kann. Je bereiter der Verkäufer ist, sich mit allen Stärken und Schwächen so zu akzeptieren, wie er ist, je besser er also mit sich selbst umgehen kann, umso eher ist er in der Lage, die Grundhaltungen zu verinnerlichen.

Die meisten Schwächen von Verkäufern liegen in der Bedarfserhebung oder auch Analysephase genannt. Hier ist es erforderlich den wirklichen Bedarf des Kunden zu erfragen und dabei gut zuzuhören. In dieser Phase wird die Beziehung zum Kunden aufgebaut. Aus diesem Grund geht dieses Buch in erster Linie auf diesen Teil der Verhandlung ein, wobei die Grundeigenschaften auch für die restlichen Bereiche des Verkaufsgespräches ein Muss sind.

29. Weg: Kompetenz

Viele Verkäufer meinen, sie müssen alle technischen Details eines Produktes oder einer Dienstleistung kennen. Das ist nicht erforderlich. Kompetenz bedeutet hier Kompetenz im Verkauf zu haben, d.h. sein Handwerkzeug zu können und Selbstsicherheit auszustrahlen, ohne überheblich zu sein. Der Verkäufer muss wissen wovon er spricht, in der Form von Kundennutzen. Was bringt diesem individuellen Kunden dieses Produkt.

Die Gefahr bei zuviel technischem Detailwissen ist, dass der Verkäufer alles erklärt und berät aber vollkommen vergißt zu verkaufen.

30. Weg: Vertrauen

Eine der wichtigsten Grundhaltungen von Top-Verkäufern ist, Vertrauen zu schaffen. Der Kunde kauft nur bei dem Verkäufer, bei dem er auch Vertrauen hat. Mit dem Einsatz der bisherigen Wege wird Vertrauen geschaffen. Seien Sie ehrlich zu ihrem Kunden und er wird es schätzen.

31. Weg: Akzeptanz

Akzeptanz bedeutet Wertschätzung und emotionale Wärme ohne jegliche Bedingungen. Der Verkäufer akzeptiert den Kunden unabhängig davon, welche Gefühle und Erfahrungen er ausdrückt. Der Kunde wird als Person mit eigenem Wert betrachtet, seine Individualität wird respektiert. Der Verkäufer zeigt uneingeschränkte Wertschätzung für den Kunden, mit allen positiven und negativen Eigenschaften dieses Kunden.

Wertschätzung heißt nicht lieb sein aber dem Kunden seine Aggression, Wut, Freude etc. zu lassen und sie ernst zu nehmen. Auf der anderen Seite heißt Wertschätzung nicht, mit jeder Aussage einverstanden zu sein und dem Kunden in allem zuzustimmen.

32. Weg: Kongruenz

Kongruenz ist Echtheit, Stimmigkeit und Authentizität. Es bedeutet sich nicht zu verstellen und dem anderen etwas vorzuspielen. Der Verkäufer zeigt dem Kunden wie er wirklich ist. Die Äußerungen und das Verhalten des Verkäufers spiegelt das Erleben, die Wahrnehmung und das Empfinden des Kunden wieder. Die Inhaltsebene (die Worte) und die Beziehungsebene (Körpersprache) stimmen überein.

Kongruenz bedeutet auch Klarheit und der Verkäufer spricht Dinge klar an, wenn er es für erforderlich hält. Dies fällt umso leichter, je besser die Beziehung zum Kunden ist.

Das bedeutet nicht, dass man alles was man denkt oder fühlt sagt, aber alles *was* man sagt, soll echt sein.

Es ist nicht möglich jemanden mit echter Wertschätzung (Weg 31) zu begegnen und gleichzeitig etwas vorzuspielen.

33. Weg: Pacing/Leading

Gerade am Anfang bei einem Neukundenbesuch ist es wichtig, sehr schnell in der Beziehungsebene kongruent zu sein. Ein Top-Verkäufer nutzt die Körpersprache neben den Worten, um die Beziehung aufzubauen. Er geht vor, wenn er selbst etwas sagen möchte und lehnt sich wieder leicht zurück damit der Kunde vorgehen kann, um auf eine Frage zu antworten. Wenn der Kunde vor geht, kann er schlecht seine Arme verschränkt halten und muss sich etwas öffnen.

34. Weg: Mit Namen ansprechen

Unser eigener Name ist das Wort, das die größte Beziehung zu uns hat. Es gebietet schon die Höflichkeit, den Kunden mit Namen anzusprechen. Aber es zeigt auch Ihre Wertschätzung, Aufmerksamkeit und Achtung vor dem Menschen.

35. Weg: Sicher abschließen

Top-Verkäufer fragen schon am Anfang des Gespräches, inwieweit ein Abschluss möglich ist und sie arbeiten sehr zielgerichtet auf diesen Abschluss hin. Viele Verkäufer haben Angst vor dem „Nein“ des Kunden bei einer Abschlussfrage und so stellen sie sie oft gar nicht.

Was kann denn passieren, wenn der Kunde „nein“ sagt? Ist es nicht so, dass dies auch eine Chance ist, nachzufragen, was der Grund dafür ist, und dadurch zu lernen?

36. Weg: Einwand ist ein Kaufsignal

Ein Einwand ist ganz sicher ein Kaufsignal. Würde ein Kunde überhaupt einen Einwand sagen, wenn er kein Interesse hätte? Ein unsicherer Verkäufer, wird gegen den Einwand argumentieren und somit den Kunden immer weiter vom Kauf des Produktes entfernen. Hier ist Sicherheit eine notwendige Eigenschaft um nachzufragen, was genau der Kunde meint und ob dies der einzige Grund ist, jetzt nicht ins Geschäft zu kommen.

Wenn der Verkäufer hier die Antwort bekommt, steht dem Abschluss nicht mehr viel im Wege.

37. Weg: Werte

Der Kunde wird es genießen, mit Menschen Kontakt zu haben, die wertorientiert denken und handeln und ihre positive Energie in die Kundenbeziehung einbringen. Diese neue Einstellung der Verkäufer führt zu partnerschaftlichen Beziehungen, in denen sich der Kunde verstanden, wertgeschätzt und akzeptiert fühlt.