

Weg 15- 21 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.

15. Weg. Bilder des Kunden aufgreifen

Eine besondere Form ist es, aus den Antworten des Kunden die nächste Frage zu formulieren und dabei die in der Antwort enthaltenen Metapher und Bilder aufzugreifen. Damit bleibt man im Kommunikationskanal des Kunden, was wiederum die Beziehung aufbaut.

16. Weg: Nachfragen

Menschen kann man mit Zwiebeln vergleichen. Sie bauen sich in Schichten auf. Erst wenn die äußere Schicht abgeschält ist, stößt nicht kaufen.

Um jedoch wirklich zum Zentrum der Zwiebel zu kommen, ist es wichtig dranzubleiben. Dies ist eine Kombination aus aktivem Zuhören und hartnäckigem Nachfragen, wann immer Sie das Gefühl haben, dass der Kunde noch irgendeinen Grund verheimlicht. Das geht natürlich erst, wenn der Kunde Vertrauen zu dem Verkäufer hat. Der Verkäufer muss hier rücksichtsvoll und vorsichtig vorgehen.

17. Weg: Zusammenfassen

Viele Verkäufer hören nur teilweise und zu lange zu. Sie verlieren dadurch den roten Faden im Gespräch und haben keine Chance mehr sich an die Informationen vom Kunden zu erinnern. Aus diesem Grund ist es wichtig, regelmäßig die Aussagen des Kunden zusammenzufassen und sich bestätigen zu lassen, ob das stimmt.

18. Weg: Mitschreiben und Veranschaulichen

Diese Zusammenfassungen werden dann mitgeschrieben und veranschaulicht dargestellt. Am Ende des Gespräches wird der Top-Verkäufer dem Kunden die Mitschrift kurz zusammenfassend vorlesen, ob er richtig verstanden hat.

Diese Mitschrift kann danach für das Angebot oder das Protokoll an den Kunden gute Dienste leisten.

19. Weg: Wahrnehmen was nicht gesprochen wurde

Durch die Grundhaltung der Empathie, richtet der Verkäufer seine Aufmerksamkeit nicht nur auf die Worte des Kunden, sondern auch auf die dahinterstehenden „Gefühle“. Es kommt häufig vor, dass der Kunde etwas anderes ausdrückt, als er fühlt. Worte und Körpersprache stimmen nicht überein. Es ist daher in Verhandlungen sehr hilfreich, auch diese non verbalen Signale zu beobachten wie Körperhaltung, Mimik und Gestik, Bewegung, Blickrichtung, Atmung, Tonfall, Stimme oder auch Aussprache.

20. Weg: weiter sehen als es den Anschein hat

Denken Sie über den Tellerrand hinaus. Sehen Sie schon bei einem kleinen Abschluss den Life TimeValue Ihres neuen Kunden.

21. Weg: den anderen nicht ändern wollen

Sollte Ihr Produkt im Moment wirklich für diesen Kunden nicht das richtige sein, dann sagen Sie es auch. Der Kunde wird sich an Sie erinnern, wenn er etwas anderes braucht. In diesem 2. Gespräch haben Sie von vornherein das Vertrauen des Kunden. Sehen sie das langfristig.