



## CoachingBrief 03/2013



### Was können Sie tun, damit Ihr Kunde (mehr) kauft?

Sind auch Sie auf der Suche nach den geheimen Verführern? Erfahren Sie heute mehr über „das Geheimnis Kunde“!

Nehmen Sie Abschied von den Mythen wie „Der Kunde fällt seine Entscheidungen bewusst und rational“ oder „einzig und allein zählt der Preis“.

Die Macht des Unterbewusstseins ist weitaus größer als die meisten Menschen ahnen. Emotionen auslösen und Emotionen steuern, das macht Erfolg aus. Denn Produkte und Dienstleistungen die keine Emotionen auslösen sind für unser Gehirn wertlos. Es gibt keine unemotionalen Kaufentscheidungen.

Lösen Sie mit Ihren Produkten gezielt und erfolgreich Emotionen aus!  
Dabei wünsche ich Ihnen viel Erfolg!

Ihr

### Inhalt

- \* **Verkaufen mit und über Emotionen** - Erkennen Sie das bevorzugte Emotionssystem Ihres Kunden!
- \* **Die drei Grundtypen in dem Emotionsystem** - Nutzen Sie die Möglichkeiten, welche sich aus den veränderlichen Emotionssystemen ergeben!

## **V**erkaufen über Emotionen!

Ist Ihnen das schon einmal passiert?

Sie beginnen top vorbereitet, bestens gelaunt und selbstüberzeugt ein Verkaufsgespräch. Wie sehr Sie den Kunden auch für Ihr Produkt begeistern wollen, der Funke springt nicht über. Schon nach kurzer Zeit verliert sich das Verkaufsgespräch, ohne dass Sie dem Kunden Ihr Anliegen näher bringen konnten.

Eine unangenehme Situation.

Das kann geschehen, wenn Ihr Emotionssystem gänzlich anders veranlagt ist, als das Ihres Kunden. Insbesondere fällt es auf, wenn unterschiedliche Nationen und Kulturen aufeinander treffen. Ein lebhafter Italiener wird sich im Verkaufsgespräch anders verhalten als ein charmanter Franzose. Klischeehaft zeigt sich, wie unterschiedliche Emotionswelten aufeinander treffen können. Sie sprechen „mit unterschiedlicher Sprache“. Im schlimmsten Fall können Sie keinen Draht zu Ihrem Kunden aufbauen und verlieren das Gespräch.

**Buchtip:**  
**Häusel, Hans**  
**Georg:**  
***Brain View***

**Jeder denkt und fühlt anders, als man selbst. Keiner ist gleich.  
Die Unterschiedlichkeiten sind im Gehirn verankert.**

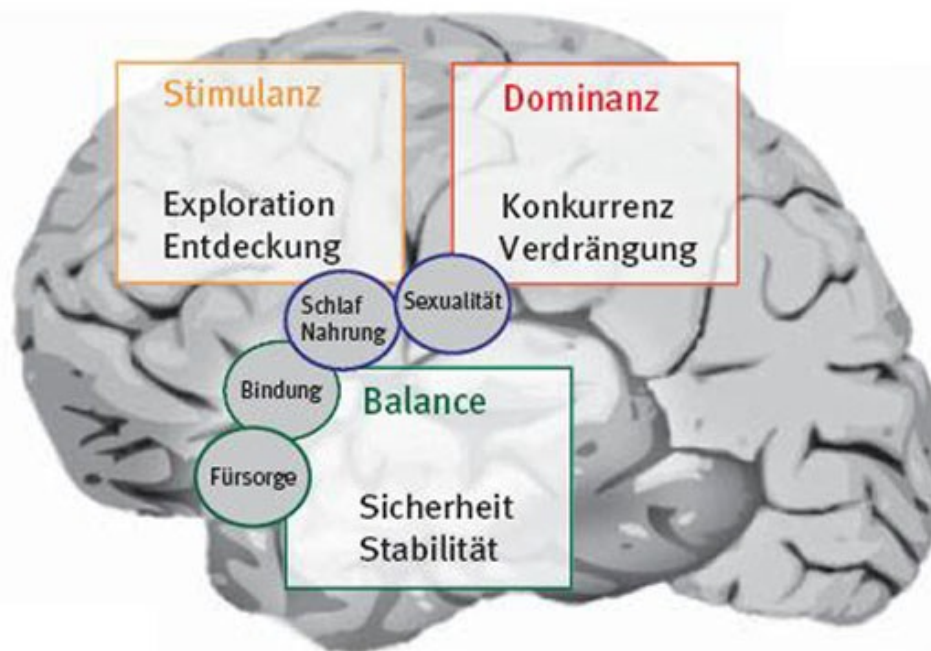
**Wie finden Sie  
den richtige  
Draht zum  
Kunden?**

Es braucht einen Draht, zwischen Ihnen und dem Kunden! Jene Verbindung verläuft über das Emotionssystem. Tatsache ist, dass alle Menschen über verschiedene Emotionssysteme verfügen, die den Verkaufsprozess beeinflussen. Es gilt, das bevorzugte Emotionssystem des Kunden zu erkennen und diese Fähigkeit zu trainieren. Welche Formen und Produkte werden als Kaufmotiv in welchem System wahrgenommen?

**Transformieren Sie Ihre Kommunikation in eine passende Kommunikationsform für den Kunden. So überwinden Sie Hindernisse.**

Dazu ein schematischer Blick in den Kopf:

## Die Emotionssysteme im Kunden-Gehirn



Das Balance-System ist die stärkste Kraft im Gehirn des Kunden. Drei Grundtypen sind aufgeführt: Stimulanz-, Dominanz- und Balance-System. Der Mensch strebt allzeit danach, das eigene Balance-System aufrecht zu erhalten. Die Erfüllung erlebt der Kunde als Geborgenheits- und Sicherheitsgefühl. Das Fundament unserer Persönlichkeit ist nichts anderes als ein individueller Mix der Emotionssysteme in unserem Gehirn.

**Zunächst gilt es, dass bevorzugte Emotionssystem des Kunden zu erkennen**

Unterscheiden Sie dabei zwischen **drei Grundtypen**.

Im **Stimulanz-System** bevorzugt der Mensch Freude, Spaß, Abwechslung, Neugierde oder Leichtigkeit. Präsentieren Sie hier dem Kunden ausgefallene Ideen und visualisieren Sie Ihre Konzepte. Kreativität, Hintergrundgeschichten und Analogien gestalten das Verkaufsgespräch. Zeigen Sie sich fröhlich und locker, auch lustig. Hingegen sind für Menschen mit ausgeprägtem **Dominanz-System** Ergebnisse, Status, Stolz, Leistung und Macht wichtig. Ihnen sollten Aktivität und Handlungsfähigkeit anerkannt werden. Steigen Sie direkt und klar in das Gespräch ein und stellen Sie die Struktur und die Zielstellung vor.

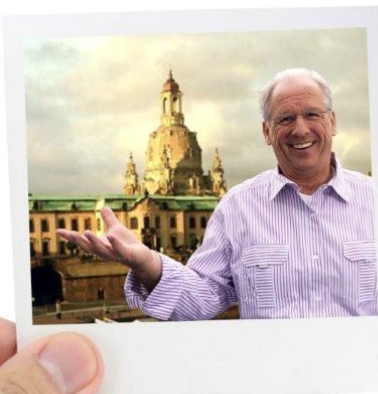
Betonen Sie Effizienz und untermauern Sie Ihre Ausführungen mit Fakten und Beweisen.

Im **Balance-System** ist der **Wunsch des Menschen nach Sicherheit** verborgen. Von den drei Systemen ist diese die zweifelfrei stärkste Kraft im Gehirn. Das System gibt die Ruhe, die Harmonie, Fürsorge und das Streben nach Stabilität. Vertrauen und Wertschätzung sind für das System wesentlich. Begegnen Sie dem Kunden in diesem System freundlich und verständnisvoll. Stellen Sie eine Verbindung zu Ihrem Kunden her und betonen Sie, wie vergangene Projekte nachhaltig positiv wirken. Qualität verbunden mit Service und Sicherheit geben dem Kunden Konstanz und Berechenbarkeit in der Zusammenarbeit.

Überzeugen Sie diesen Kunden von Ihrer Gewissenhaftigkeit und Zielstrebigkeit beim Beziehungsaufbau.

**Nutzen Sie die Konsequenzen, welche sich aus den veränderlichen Emotionssystemen ergeben.**

**Trainieren Sie mit mir, um den Denk- und Verhaltensstil Ihres Gesprächspartners in den Systemen zu erkennen und entsprechend zu bedienen.**



Stimmen Sie Ihre Gespräche auf die Präferenzen des Kunden ab. Probieren Sie aus und achten Sie auf das Auftreten, Handeln und die Reaktionen des Kunden. Mimik und Gestik geben einen großen Aufschluss über die Emotionslage des Gegenüber.

Achten Sie im Verkaufsgespräch auf Wortwahl und Ausdrucksweise. Bei welchen Ihrer Argumente reagiert der Kunde stärker? Ihr Ziel ist es dabei, positive Emotionen zu markieren und negative Emotionen zu mindern.

Vermeiden Sie emotionale Irrwege!

**Dennoch, werden Sie nicht zum Sklaven Ihrer Einschätzungen. Behalten Sie einen Rahmen, in dem Sie dem Kunden unvoreingenommen begegnen.**