

Inhalt

- Schnell Vertrauen gewinnen: Mit diesen Tipps bauen Sie den Draht zu Kunden auf
- Verkauf beschleunigen: 2 einfache Tipps, mit denen Sie Verkaufsprozesse abkürzen
- „Was bringt mir die Zukunft?“ – Warum Sie diese Frage Ihrer Mitarbeiter unbedingt beantworten sollten

Oliver Wegners Praxis-Tipps für Führungskräfte im Verkauf



Vertrauen in 20 Sekunden

Vertrauen zu gewinnen, so heißt es immer wieder, das brauche Zeit. Nur wer langfristig denke und immer wieder zuverlässig handele, könne das Vertrauen der Kunden gewinnen.

Nach einer Studie der Universität von Kalifornien geht es jedoch wesentlich schneller:

Die Menschen können innerhalb von 20 Sekunden entscheiden, ob sie einem bis dahin fremden Menschen vertrauen oder nicht. Für den Versuch haben die Forscher Videoaufnahmen von 24 Paaren gemacht und einer Versuchsgruppe vorgespielt. Dabei waren jedoch von jedem Paar auf dem Video nur derjenige zu sehen, der zugehört hat. Nach jeweils 20 Sekunden konnten die Testpersonen entscheiden, wem sie vertrauen und wem nicht.

Dieses Versuchsergebnis zeigt auf beeindruckende Weise, wie schnell Menschen – und damit Ihre Kunden! – wichtige Meinungen über ihr Gegenüber fällen. Für Sie als Verkäufer ist das Vertrauen Ihrer Kunden entscheidend für den Erfolg. Nur wer Ihnen vertraut und das Gefühl hat, sich auf Sie und Ihr Unternehmen verlassen zu können, wird bei Ihnen kaufen. Deshalb sollten Sie bei einer Begegnung mit neuen Kunden von der ersten Sekunde an alles dafür tun, das Vertrauen zu stärken, und alles verhindern, was Misstrauen erzeugen könnte.

Das Forschungsergebnis hat gezeigt, wie wichtig dabei der erste Eindruck ist. Doch mit einem vertrauenerweckenden ersten Auftritt ist es nicht getan. In allen weiteren Schritten können Sie den ersten Draht stärken und damit eine vertrauensvolle Beziehung aufbauen, die Grundlage für gute Geschäfte sein kann. Auf den folgenden Seiten lege ich dazu einige meiner Erfahrungen vertrauensvoll in Ihre Hände.

Ihr

Oliver Wegner

Den Titelbeitrag können Sie auch als
Audio-Datei zum Hören herunterladen:

www.wegner.intem.de/coaching-brief/leser-service.php

Kontakt:

Oliver Wegner
evolutionplan GmbH
Freisinger Str. 13 • 85737 Ismaning/München
Tel. +49.89.2094-9580 • Fax: +49.89.2094-5501
www.evolutionplan.de
o.wegner@evolutionplan.de

Schnell Vertrauen gewinnen: Mit diesen Tipps bauen Sie den Draht zu Kunden auf

Tipps 1: Wie Sie dafür sorgen, dass Ihr Gegenüber auftaut und sich wohlfühlt

Auch wenn Sie selbst ehrliches Interesse an Ihren Kunden haben, treffen Sie immer wieder auf Menschen, die misstrauisch sind. Viele haben schlechte Erfahrungen gemacht, sind einfach unglücklich und unzufrieden und begegnen anderen misstrauisch oder haben einfach die Befürchtung, dass ihnen etwas verkauft werden soll, was sie nicht haben wollen.

Ihre erste und wichtigste Herausforderung ist deshalb: Sorgen Sie dafür, dass sich Ihr Kunde oder Gesprächspartner wohlfühlt. Helfen Sie ihm durch eine nette Geste, sich aus dem Käfig des Misstrauens oder der miesen Laune zu befreien. Zum Beispiel so:

- Wenn Sie beim Kunden sind: Fragen Sie ihn, ob er Ihnen einmal seine Produktion/sein Firmengelände/sein neues Lager etc. zeigen will, von dem Sie gehört haben. Wenn der Kunde bei Ihnen ist: Zeigen Sie ihm etwas Spannendes und Interessantes.
- Oder schlagen Sie vor, ein paar Schritte zum nahe gelegenen Eiscafé zu gehen, um dort einen Capuccino zu trinken und das Gespräch zu beginnen.

Ihr Ziel: Der Kunde lockert sich und kommt aus seiner Erstarrung heraus.

Tipps 2: Stellen Sie eine herausfordernde Frage

Anfänger im Verkauf, die das Vertrauen des Kunden gewinnen wollen, machen immer wieder einen Denkfehler: Sie denken, sie müssten viel über sich selbst, ihr Unternehmen und die tollen Produkte erzählen, damit der Kunde sich ein Bild machen und Vertrauen fassen kann. Doch es funktioniert genau andersherum:

Der Kunde baut Vertrauen auf, wenn er selbst reden kann und einen aufmerksamen Zuhörer hat. Der entscheidende Schritt ist also, den Kunden zum Reden zu bringen. Das funktioniert am besten, wenn Sie sich klarmachen, worüber die meisten Menschen am liebsten reden. Dazu hat der US-Autor Robin Dreeke¹ einen interessanten Vorschlag: Die Menschen reden am liebsten über ihre eigenen Herausforderungen – über schwierige Aufgaben oder Probleme, die sie meistern. Einige Beispiele machen deutlich, was gemeint ist:

- „Wie bekommen Sie das hin als alleinerziehende Mutter von drei Kindern?“

¹ Dreeke war lange Zeit beim US-Geheimdienst FBI und dort zuständig für Verhaltensanalyse. Seine Erfahrungen hat er 2011 in einem Buch veröffentlicht: „It's Not All About Me: The Top Ten Techniques for Building Quick Rapport with Anyone“.

Extra-Tipp:

Wenn Sie eine angenehme und gelassene Atmosphäre für das gesamte Gespräch schaffen wollen, sollten Sie ein Verkaufsgespräch immer wieder zu anderen Themen abschweifen lassen: Ermutigen Sie den Kunden, wenn er vom Thema abkommt und Privates oder andere Themen anspricht. Stellen Sie Fragen, zeigen Sie Interesse, und plaudern Sie mit ihm. So wird ein erster Termin zu einem angenehmen Gespräch und der eigentliche Verkauf zur „Nebensache“, die nebenbei und ganz natürlich auch noch erledigt wird.



- „Wie können Sie sich als Unternehmer in diesem schwierigen Umfeld behaupten?“

Mit solchen Fragen machen Sie Ihren Kunden zum Helden in seiner ganz persönlichen Story. Beinahe jeder liebt es, dann ausführlich zu erzählen!

Tipp 3: Sie haben nur eine Minute Zeit

Wenn Sie einen Kunden ansprechen, zu dem Sie noch keinen Kontakt hatten, versichern Sie ihm beim Gesprächseinstieg, dass Sie selbst nur eine Minute Zeit haben, weil Sie gleich wegmüssen. Der erstaunliche Effekt ist dann häufig: Die Kunden sind offener und eher bereit, mit Ihnen Kontakt aufzunehmen, weil sie dann sicher sind, dass es nicht lange dauern wird – anders als bei der üblichen Formulierung eines Verkäufers: „Es dauert nur 5 Minuten ...“

Tipp 4: Trainieren Sie Ihre Körpersprache

Selbst wenn der Verkäufer kein einziges falsches Wort sagt, sehr höflich ist und nur Dinge äußert, die der Kunde gern hört – trotzdem kann alles schiefgehen. Dann nämlich, wenn der Körper eine andere Sprache spricht.

Ein positiver erster Eindruck und damit der schnelle Vertrauensaufbau werden wesentlich von der Erscheinung, dem Auftreten und der Körpersprache bestimmt. Wichtige Elemente einer vertrauenerweckenden Körpersprache sind beispielsweise:

- **Ehrliches Lächeln:** kein aufgesetztes Zähneblecken, sondern ein Lächeln, das von innen kommt. Am besten erkennbar ist ein ehrliches Lächeln an den Augen. Wenn sie strahlen und wenn es hier Fältchen und Bewegungen gibt, handelt es sich um ein ehrliches Lächeln, das den direkten Draht zum Kunden aufbauen kann.

- **Offene Körperhaltung:** eine aufrechte und entspannte Haltung, dem Kunden zugewandt, niemals verschränkte Arme oder zusammengezogene Schultern. Halten Sie Ihre Hände offen, wenn Sie reden. So signalisieren Sie Ihrem Gesprächspartner, dass Sie nichts zu verbergen haben.
- **Wichtig aber bei der Zuwendung zum Kunden:** Fixieren Sie den Kunden niemals starr mit den Augen. Das verunsichert viele. Schauen Sie Ihre Kunden offen und interessiert an, aber lassen Sie die Augen zwischendurch auch wandern, beispielsweise zu Unterlagen oder zu Notizen, die Sie sich machen.

Mein Tipp: Trainieren und optimieren Sie regelmäßig Ihre Körpersprache. Lassen Sie sich am besten immer wieder Feedback zu Ihrer Wirkung geben, damit sich nicht unbewusst Verhaltensweisen einschleichen können, die negativ wirken könnten.

Tipp 5: Reden Sie niemals schlecht über andere!

Es gibt viele Situationen, in denen es verlockend sein kann, schlecht über andere zu reden, beispielsweise über Mitbewerber, deren Produkte oder Angebote zu sprechen. Verkneifen Sie sich solche negativen Aussagen grundsätzlich, wenn Sie das Vertrauen Ihres Gesprächspartners gewinnen wollen. Machen Sie auch dann keine abwertenden Aussagen, wenn der Kunde selbst damit anfängt und über seine schlechten Erfahrungen klagt. Hören Sie zu, aber stimmen Sie niemals mit ein! Jedes Lästern kann zu einem Vertrauensverlust führen, weil der Kunde dann immer Angst haben muss, dass Sie über andere in deren Abwesenheit schlecht reden, also möglicherweise auch über ihn.

Extra-Tipp:

Merken Sie einmal, dass Sie bei einem ersten Kontakt mit einem Kunden überhaupt keinen Draht entwickeln, sollten Sie auch daran denken, einen neuen Termin auszumachen. Suchen Sie einen guten Moment, um das Gespräch zu beenden, und einen plausiblen Grund, um einen neuen Termin fest zu vereinbaren, für den Sie sich dann gezielter vorbereiten.

Mein Extra-Service:

In einer Extra-Checkliste habe ich Ihnen fünf weitere Tipps zusammengestellt, mit denen Sie noch besser auftreten und mehr Vertrauen gewinnen (siehe Seite 6).

Verkauf beschleunigen: 2 einfache Tipps, mit denen Sie Verkaufsprozesse abkürzen

Tipps 1: Immer an den nächsten Schritt denken!

Langsamkeit im Verkauf kann dann entstehen, wenn der Verkäufer sich allein auf den gegenwärtigen Schritt konzentriert. Machen Sie sich dazu zunächst klar, dass jeder Verkauf in mehreren Schritten abläuft. Oft sind diese Schritte auch explizit in einem Prozess definiert. Ein einfacher Prozess läuft beispielsweise so ab:

1. Angebot, 2. Gesprächstermin, 3. Abschlusstermin.

Das ist natürlich vereinfacht – in der Regel gibt es deutlich mehr Schritte und Unterpunkte. Unabhängig von der Anzahl ist jedoch eine Methode wichtig, um die Geschwindigkeit zu steigern: Behalten Sie von Anfang an den Gesamtprozess im Auge. Planen Sie beim ersten Schritt schon den zweiten und dritten mit ein. Ein Beispiel zeigt, was damit gemeint ist:

Fordert der Kunde Sie zu einem Angebot auf, machen Sie direkt schon den Termin für die Übergabe und die Besprechung des Angebots aus.

Tipps zur Umsetzung: Machen Sie eine Bestandsaufnahme mit der Frage: „Aus wie vielen Schritten besteht bei uns der typische Verkaufsprozess?“ Legen Sie dann fest, wie bei den ersten Schritten schon die nächsten geplant werden können.

Tipps 2: Beginnen Sie früher mit Ihrem Abschluss

Ebenso wie den gesamten Verkaufsprozess können Sie auch das einzelne Verkaufsgespräch in Phasen aufteilen. Eine mögliche Aufteilung des Gesprächs könnte etwa so aussehen:

1. Einstieg, 2. Fachphase, 3. Abschlussphase.

Das ist richtig, es kann aber auch den Blick darauf verstellen, dass die Teile eng miteinander verzahnt sind und dass Sie schon zu Beginn des Gesprächs den Grundstein für einen erfolgreichen Abschluss legen. Hier eine Musterformulierung für die frühe Phase in Ihrem Gespräch:

„Wenn ich Ihnen heute zeigen kann, dass unser Produkt/unsere Dienstleistung allen Ihren Anforderungen und Wünschen gerecht wird, haben wir dann eine Basis für ein gemeinsames Geschäft?“

Dann gehen Sie – wie Sie es ohnehin schon tun – durch, was der Kunde sich wünscht und was Sie ihm dazu bieten können. Danach können Sie zum Abschluss kommen, indem Sie etwas in diesem Stil sagen:

„Wir haben am Anfang geklärt, dass dies Ihre drei wichtigsten Anforderungen sind: 24-Stunden-Service, Qualität, XY ... Und jetzt haben wir festgestellt, dass wir Ihren Wünschen in allen Punkten gerecht werden. Wenn Sie wollen, können wir sofort liefern.“

Extra-Tipp:

Mehr Schnelligkeit gewinnen Sie auch dann, wenn Sie Bremsen und Hürden abbauen, die den Verkauf verlangsamen. Die wichtigsten Hürden sind: hohe Investitionen, hohe Risiken und große Komplexität. Das heißt: Bieten Sie Erstkunden Einstiegsmöglichkeiten mit niedrigem Preis und geringem Risiko. Und versuchen Sie, durch Vereinfachung des Angebots die Komplexität möglichst weit herunterzufahren.

Wer gute Aussichten hat, arbeitet besser. Wer keine Zukunftsperspektive sieht, kündigt innerlich. Konsequenz für Sie: Arbeiten Sie mit sinnvollen und verlockenden Zukunftsperspektiven, um Ihren Mitarbeitern den entscheidenden Motivations-Kick zu geben.

„Was bringt mir die Zukunft?“ – Warum Sie diese Frage Ihrer Mitarbeiter unbedingt beantworten sollten

Bestimmt motivieren Sie Ihre Mitarbeiter schon heute mit leistungsabhängiger Bezahlung, möglicherweise auch mit weiteren Incentives, Wettbewerben, mit einem guten Führungsverhalten und angenehmen Arbeitsbedingungen. Es gibt allerdings einen weiteren, möglicherweise entscheidenden Hebel in der Mitarbeitermotivation, der bisher nur wenig Beachtung findet: Zukunftsperspektiven.

Extra-Tipp:

Wenn Sie eine Perspektive bieten, fühlen sich auch ältere Mitarbeiter jünger, so eine aktuelle Studie: „Wenn Unternehmen ihre Mitarbeiter beispielsweise transparent und nach objektiven Kriterien, auch bei Beförderungsentscheidungen, auswählen, ihren Mitarbeitern Möglichkeiten zur Weiterbildung und Beteiligung an Entscheidungsprozessen bieten und leistungsabhängig anstatt nach dem Senioritätsprinzip bezahlen, macht das die Mitarbeiter in motivationaler Hinsicht jünger. Und das wirkt sich gleichzeitig positiv auf die Arbeitszufriedenheit und Unternehmensbindung aus“, sagt Psychologe Dr. Jörg Korff, der an der Universität Mannheim eine Studie¹ zu dem Thema durchgeführt hat.

¹ Jörg Korff, Torsten Biemann, Sven C. Voelpel: Human resource management systems and work attitudes: The mediating role of future time perspective. *Journal of Organizational Behaviour* (2016)

Eine (unausgesprochene) Frage jedes Mitarbeiters lautet: „Was bringt mir die Zukunft?“ Er will wissen, welche Chancen er in dem Unternehmen hat, wie sein Leben morgen dort aussieht und wohin sich seine Arbeit entwickelt.

Wenn Sie Ihren Mitarbeitern darauf Antworten geben und Perspektiven zeigen, geben Sie ihnen eine Zukunft. Und das heißt: Mitarbeiter, die eine Perspektive haben, geben diese nicht so schnell auf. Sie identifizieren sich stärker mit dem Unternehmen und sind weniger empfänglich für andere Angebote, weil sie etwas zu verlieren haben. Wer jedoch keine Perspektive sieht, zieht sich gern ins Private zurück – mit anderen Worten: Die innere Kündigung droht.

Das heißt für Sie als Führungskraft: Zeigen Sie Ihren Mitarbeitern, was sie bei Ihnen erreichen können, wie sie sich bei Ihnen weiterentwickeln können.

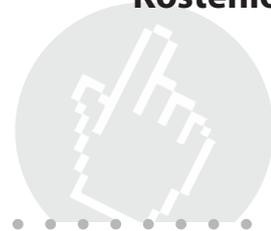
Bei vielversprechenden und jungen Mitarbeitern, denen Sie möglichst bald mehr Verantwortung übertragen wollen, ist das einfach: Sie planen in Zielgesprächen gemeinsam, wo der Mitarbeiter in Ihrem Unternehmen in ein, zwei oder sogar fünf Jahren stehen wird. So bauen Sie gemeinsam eine Zukunft auf, die motivierend ist und die keiner so schnell aufs Spiel setzt. Doch bei anderen Mitarbeitergruppen kann darin eine echte Herausforderung liegen.

Herausforderung: Ältere und durchschnittliche Mitarbeiter

Was ist zum Beispiel mit älteren Mitarbeitern jenseits der 50, bei denen ziemlich sicher ist, dass große Karriereschritte nicht mehr kommen werden? Wie können Sie hier interessante Perspektiven entwickeln, die den Mitarbeiter davon abhalten, sich zurückzuziehen und nur noch Dienst nach Vorschrift zu machen?

Entwickeln Sie deshalb möglichst individuell für ältere Mitarbeiter, die nicht die Top-Leistungsträger sind, interessante Zukunftsperspektiven. Hier sind mögliche Ansätze:

- Sicherer Arbeitsplatz bis zum Rentenalter – gegebenenfalls mit interessanten Teilzeitarbeitsmöglichkeiten.
- Neue Aufgaben und angepasste Weiterbildungsmöglichkeiten, wie etwa Verantwortung in der Ausbildung oder Einarbeitung junger Mitarbeiter.



Hier kostenlos anfordern: Checkliste für den vertrauenerweckenden ersten Eindruck

Erleichtern Sie sich den Verkaufsprozess durch einen stimmigen ersten Eindruck. Wenn es Ihnen gelingt, schon in den ersten Sekunden einer Begegnung das Vertrauen der Kunden zu gewinnen, verkürzen Sie den Weg zum Abschluss oft spürbar. Die gute Nachricht lautet: Das entsprechende Auftreten können Sie trainieren, wenn Sie wissen, worauf es ankommt. In einer Checkliste habe ich Ihnen fünf wichtige Tipps dafür zusammengestellt.

Klicken Sie hier, um die Checkliste anzufordern. Sie erhalten die Liste umgehend als PDF-Datei – natürlich kostenlos.

www.wegner.intem.de/coaching-brief/leser-service.php

Oder schicken Sie den folgenden Coupon ausgefüllt an meine Fax-Nummer.

Fax +49.89.2094-5501

Ja, bitte senden Sie mir die Checkliste zum ersten Eindruck.

Vorname/Name

Firma

Straße/Postfach

PLZ/Ort

E-Mail-Adresse

Ich habe eine Frage zu diesem Coaching-Brief – bitte rufen Sie mich dazu an! Sie erreichen mich am besten:

Datum

Zeit

Tel.-Nr.

Tun Sie einem Freund oder Bekannten etwas Gutes! Tragen Sie hier Namen und E-Mail-Adresse eines Freundes oder Bekannten ein. Dann sende ich ihm diese Ausgabe des Coaching-Briefs mit einem freundlichen Gruß von Ihnen:

Vorname/Name

E-Mail-Adresse