

Vom Betatier zum Alphatier

VERTRIEB Nicht nur im Tierreich findet ein Statuskampf statt, sondern auch im Verkaufsgespräch. Ein selbstbewusstes Auftreten ist wichtig, doch zu viel Dominanz kann den Kunden verschrecken. Wie man sich als Alphatier positioniert, erklärt Vertriebsexpertin Marina Frieß.

Es heißt im Vertrieb immer: „Sie müssen Ihren Gesprächspartner richtig verstehen und einschätzen können um erfolgreich zu sein.“ Aber wie mache ich das? Es gibt viele phantastische Strategien und sie funktionieren auch, allerdings muss ich hierfür zunächst in Kommunikation mit meinem Gegenüber gehen. Es gibt auf nonverbaler Ebene noch viel schnellere Wege dies zu erreichen. Möglichkeiten sind zum einen das Thema Status und die Gesichtsphysiognomie Ihres Gesprächspartners. Wenn Sie Ihren Kunden gut eingeschätzt haben, kommt es als nächsten Schritt auf ein gutes Eigenmarketing an. Genau auf diese drei Punkte möchte ich nun im Detail eingehen und Ihnen hilfreiche Tipps für Ihre Verkaufsgespräche geben.

Status erkennen

Vor jeder Kommunikation wird zunächst auf unbewusster Ebene entschieden wer den höheren Status in einem Gespräch einnimmt. Anhand der Körpersprache und der Kommunikation, lässt sich sofort der Status ermitteln. Umso höher der eigene Status, umso wahrscheinlicher ist der Gesprächserfolg. Beim „Statusprinzip“ geht es darum, seinen eigenen Status und den Status seines Gegenübers zu erkennen und optimal anzupassen.

In welchem Status der Gesprächspartner sich gerade befindet erkennt man sehr gut an der Haltung. Hat er eine gerade Haltung mit festem Stand, Spannung im Körper, eine aufrechte Kopfhaltung und einen direkten Blickkontakt, dann ist es ein Hochstatustyp. Ist seine Körperhaltung eher gebückt mit hängenden Schultern, die Beine sind geknickt und sein Blick weicht immer wieder aus, dann ist er im Tiefstatus.

Hochstatustyp loben

Der Hochstatustyp hat einen starken Willen und lässt sich nicht Fremdbestimmen. Ihm sollten Sie immer wieder sagen: „Sie wissen am besten, was für Sie richtig ist“, darüber hinaus führen Sie ihn natürlich

systematisch zu einer Entscheidung. Er muss das Gefühl haben der „Boss“ zu sein. Deshalb ist es als Verkäufer wichtig, nach außen einen tiefen Status zu spielen und dennoch den eigenen hohen Status im Inneren zu behalten. Dies erreichen Sie, indem Sie damit beginnen ihm Komplimente zu machen. Das ist der schnellste Weg, um mit diesen Menschen eine Beziehung aufzubauen. Wichtig ist dabei allerdings, dass Sie Ihr Lob begründen. Das streichelt sein Ego und Sie kommen dadurch leichter zum Abschluss.

Der Tiefstatustyp kann sich nicht gut durchsetzen. Wenn Sie als Verkäufer einen sehr hohen Status haben und diesen auch Ihren Kunden spüren lassen, haben Sie sicherlich eine gute Abschlussquote im Gespräch. Ein zentrales Thema bei jedem Verkäufer ist allerdings die Stornoquote.

Alle Tipps auf einen Blick

- Erkennen Sie den Status Ihres Kunden.
- Passen Sie Ihre Kommunikation auf den Status Ihres Gegenübers an.
- Hochstatus: Geben Sie Ihrem Kunden Komplimente
- Tiefstatus: gehen Sie mit Ihrem Kunden auf Augenhöhe.
- Achten Sie auf die Gesichtsphysiognomie Ihres Kunden
- Setzen Sie nicht nur auf Fachwissen, sondern auch auf Eigenmarketing.
- Haben Sie immer einen souveränen Auftritt bei Ihrem Kunden.
- Achten Sie auf Körperhaltung, Blickkontakt und gepflegte Kleidung.
- Wir Menschen können uns dagegen wehren, was andere Menschen zu uns sagen, wir können uns aber nicht dagegen wehren, was wir zu uns selbst sagen
- Fragen Sie Ihren Kunden was ihm wichtig ist.

Eigenmarketing beginnt dann, wenn Vertrieb aufhört! Wenn Sie Ihren Kunden nachhaltig überzeugen möchten, dann müssen Sie neue Wege gehen. Erkennen Sie den Charakter und den Status Ihres Kunden und gebe Sie ihm das, was er braucht um eine gute Entscheidung zu treffen. Zusätzlich können Sie mit unterschiedlichen Werkzeugen Ihr Eigenmarketing und damit die Wirkung auf Ihren Kunden verbessern. Produkte und Dienstleistungen sind austauschbar, Menschen nicht. Machen Sie sich für Ihren Kunden einzigartig.

Wenn er aufgrund von zu viel Druck einen Vertrag bei Ihnen unterschreibt, kommt es im Nachhinein oft zur Kaufreue und damit zum Storno. Denken Sie daran, er kann schwer „nein“ sagen.

Hier ist eine gute Kundenbeziehung elementar wichtig. Diese können Sie nur dann nachhaltig aufbauen, wenn Sie nach innen einen hohen Status haben, nach außen hin aber tief spielen. Wenn Ihr Kunde einen tiefen Status hat und Sie einen hohen Status haben, dann lassen Sie es Ihren Kunden nicht spüren. Gehen Sie mir Ihrer Körpersprache und Kommunikation auf die Ebene Ihres Kunden. Setzen Sie sich sozusagen mit ihm in ein Boot. Menschen im Tiefstatus sind oft sehr zurückhaltend und schüchtern. Hier ist Einfühlungsvermögen gefragt, da Sie sonst Ihren Kunden „überrennen“.

Kunden schnell einschätzen

Die anerkannte Methode der Gesichtsphysiognomie hilft Ihnen dabei, Ihren Kunden schnell einzuschätzen. An der äußeren Erscheinung von Menschen und hier speziell die kann man seine Vorlieben erkennen. Unser Gesicht ist wie ein Buch, indem wir den Charakter lesen können. Das schnelle Erkennen dieser Eigenschaften, gepaart mit der richtigen Strategie, helfen im beruflichen Alltag, den Kunden schnell zu überzeugen. Ein Beispiel hierfür: Ein rundlich gebauter Kunde, mit einer „Knollnase“ oder kräftigen Ohrläppchen mag es eher häuslich und harmonisch. Hier ist ein längerer Beziehungsaufbau und Körperkontakt wichtig.

In Ihrem Beratungsgespräch sollten Sie immer wieder seine Familie, das Thema Sicherheit oder Wohlbefinden ansprechen. Das sind die Werte, welche seine Kaufentscheidung beschleunigen. Ein großer eckiger, muskulöser Körperbau mit einem kantigen Kinn oder großen Ohren weist eher darauf hin, dass Sie im Gespräch schnell zum Punkt kommen müssen. Als Kunde braucht er Abwechslung im Gespräch, sonst wird ihm langweilig. Ihm geht es im



Marina Frieß: „Erkennen Sie den Charakter und den Status Ihres Kunden und geben Sie ihm was er braucht, um eine gute Entscheidung zu treffen.“

Leben oft darum weiter zu kommen und seine Ziele zu erreichen. Er will in Bewegung bleiben. Betonen Sie diese Eigenschaften in Ihrem Verkaufsgespräch, können Sie diesen Kunden sehr schnell überzeugen.

Eigenmarketing verbessern

Bei der Eigenvermarktung stellt sich in erster Linie die Frage: was nützt das beste Produkt, wenn niemand davon erfährt? Was nützen geballtes Fachwissen, alle Erfahrungen und die besten Kontakte, wenn niemand davon erfährt? Hier geht es nicht um Äußerlichkeiten, sondern um die richtige Wahrnehmung. Diese kann nur durch die entsprechende Wirkung erzielt werden. Und daran kann und muss jeder Verkäufer eigenverantwortlich arbeiten. Und hier kommt es neben dem adäquaten Kleidungsstil, einer bewussten Körpersprache, einer stimmigen Mimik und einer überlegten Wortwahl nicht auf Äußerlichkeiten, sondern auf die stimmige Außenwirkung an. Kompetenz und Know-How müssen so

verpackt werden, dass sie bei Ihrem Kunden zum größtmöglichen Einsatz kommen.

Danach ist es für das professionelle Eigenmarketing wichtig, neben individuellen Zielen folgende Fähigkeiten zu erweitern:

- Bei Ihrem Kunden überzeugend auftreten und das Verkaufsgespräch zielgerichtet umsetzen.
- Körpersprache und Rhetorik bewusst einsetzen, und Argumenten noch mehr Gewicht zu geben.
- Fachkompetenz sachlich und kraftvoll auf den Punkt zu bringen.
- In schwierigen Situationen Ruhe und Professionalität zu bewahren.
- Auf fordernde Gesprächspartner gelassen und souverän zu reagieren.
- Small Talk als Sympathieträger und Grundlage für Vertrauen zu schaffen.

Autorin **Marina Frieß** ist Unternehmerin, Firmengründerin von Feminess – Female & Business, einem Weiterbildungsinstitut für Geschäftsfrauen, Eigenmarketingexpertin sowie Mitglied der German Speaker Association und der Women Speaker Foundation.

Mehr online: www.marinafriess.com

- Das eigene Image betonen und charismatisch zum Einsatz bringen.
- Bei starker Preisverhandlung das „Nein-Sagen“ üben.
- Ihren eigenen Wert hoch ansetzen, damit Sie bei Ihrem Kunden einen hohen Status ausstrahlen.

Bei jedem Verkaufsgespräch gilt als Verkäufer: Wer zuerst argumentiert verliert. Dieser Satz beinhaltet einen essentiellen Standpunkt im Erfolgsleben eines Verkäufers, zugleich ist diese Aussage eine alte Verkaufsweisheit und ein sehr effektives Werkzeug, um Ihren Standpunkt besser zu vertreten und leichter das zu bekommen, was Sie wollen. Schließlich möchten Sie andere Menschen unkompliziert von Ihrem Produkt oder Dienstleistung überzeugen. Das erreichen Sie nur, indem Sie Ihren Kunden kennenlernen und das wiederum erreichen Sie nur, in dem Sie gezielt und gekonnt Fragen an ihn stellen.

Bedürfnisse erfragen

Wir Menschen können uns dagegen wehren, was andere Menschen zu uns sagen, wir können uns aber nicht dagegen wehren, was wir zu uns selbst sagen. Bringen Sie also Ihren Kunden durch Fragen dazu, das zu sagen, was Sie hören möchten. Das ist eine Übungssache und dennoch der effektivste Weg, denn so werden Sie genau das erreichen, was Sie bei Ihrem Kunden erreichen möchten.

Fragen Sie Ihn was Ihm wichtig ist, damit sie ins Geschäft kommen. Oder fragen Sie ihn was er noch braucht, um zukünftig mit Ihnen zusammen bei Ihnen zu bestellen. Dies sind nur zwei von vielen weiteren Beispielen, die unter „gezieltes Fragestellen“ verstanden werden können und gleichzeitig ist dieses Fragestellen ein unerlässliches Mittel, um Ihre Ziele zu erreichen. Wenn Sie von Ihrem Kunden eine akzeptable Antwort bekommen, dann setzen Sie dies um und verpflichten Sie ihn, sich ebenfalls an die Vereinbarung zu halten. Schlussendlich spricht nichts mehr gegen einen erfolgreichen Abschluss. Sicherlich ist es nicht immer einfach in einer Situation das Richtige zu sagen oder zu tun, das wird auch nicht von heute auf morgen passieren. Dafür muss man üben und an sich arbeiten, um genau die Ergebnisse zu erhalten, die man erwartet. ■