

# Denk(zettel)

## 32

### Emotional intelligent verkaufen

## Verliebt in Kunden und Verkaufsprozesse

### „Was macht mich erfolgreicher?“

...eine Frage, die sich unzählige Verkäufer jeden Tag stellen. Wieder und wieder!

- Ein anderes oder breiteres Warenangebot?
- Ein anderer (meistens niedrigerer) Preis?
- Eine andere Vorgehensweise im Gespräch?
- Eine andere Gesprächsvorbereitung?

Dies sind die „klassischen Parameter“, um die sich viele Verkaufsprofis bemühen. Immer mit dem Ziel, dem Kundenbedarf umfangreicher als zuletzt zu entsprechen und erfolgreichere Verkaufsabschlüsse zu realisieren.

Worüber die wenigsten Verkäufer nachdenken ist **die Art, wie sie den Kontakt zu ihren Kunden halten**. Die Art, wie sie während eines Verkaufsgesprächs auf den Menschen „am anderen Ende des Verhandlungstisches“ eingehen und wie sie die eigenen Verkaufserfolge souverän, individuell und dauerhaft nachhalten.

Die Erfahrung zeigt, dass dies, so es überhaupt praktiziert wird, sehr einfältig, nahezu steril und vor allem – jeden Kunden gleich behandelnd – vorgenommen wird.

**Nur wenige Verkäufer machen sich Gedanken darüber, dass diese Form der Gleichbehandlung nichts anderes ist als Gleichmacherei.**

Gleichmacherei, die, wenn überhaupt, nur dem Verkäufer etwas nutzt. Gleiche Prozesse, gleiche Vorbereitungen, gleiche Arbeitsweisen.

Eben: „Verkaufen by Gießkännung“.

Das Hindernis, dass sich uns hierbei in den Weg stellt, ergibt sich aus dem Umstand, dass: „Der einzelne Kunde nicht gleich wie andere Kunden behandelt werden will. Er möchte als Individuum anerkannt und eben auch so behandelt und durch das Verkaufsgespräch geführt werden. Wahlweise faktenorientiert auf der Sachebene und / oder begeisternd und emotional auf der Beziehungsebene“.

Dabei kann die Antwort auf die Frage nach mehr Erfolg so leicht sein!

Verkäufer, die es verstehen, die Gefühlswelt Ihrer Kunden zu erreichen, sind erfolgreicher als jene, die hierzu nicht in der Lage sind.

### **Kunden wollen umworben, emotional angesprochen werden.**

Erst auf der Basis einer emotionalen Beziehung kann es zu einer stabilen, langfristigen und ausbaufähigen Kundenbindung kommen.

Nur – wie macht man dies?

Zuerst gilt es, seine innere Haltung als Verkäufer zu überprüfen und Zugang zu den eigenen Emotionen zu erlangen.

- Was macht mich froh? Was zornig?
- Wie bringe ich meine Gefühle zum Ausdruck?
- Erkennen meine Kunden meine Emotionen?
- Bin ich aufrichtig im Umgang mit meiner eigenen Gefühlswelt?

Wenn ein Verkäufer auf diesem Weg ein wenig mehr über sich selbst erfahren hat, wird er feststellen, dass der Umgang mit Emotionen einfach zu handhaben ist und dass es sogar Spaß macht, seinen Gefühlen den entsprechenden Raum einzuräumen, damit diese ihre positive Wirkung entfalten können.

In der heutigen Zeit sind die Kräfte und Fähigkeiten des Herzens genauso lebenswichtig wie die des Kopfes. Rationalität und Gefühl müssen in's Gleichgewicht gebracht werden. Dies gilt natürlich in gleicher Weise für das Mitgefühl, dass ein erfolgreicher Verkäufer im Kundenkontakt entwickeln muss.

Im Umgang mit dem Kunden stellt sich der emotional intelligente Verkäufer andere Fragen, z.B.:

- Mit welchen Gefühlen wird mein Kunde auf das Angebot reagieren?
- Wie erkenne ich, in welcher Stimmung mein Kunde ist?
- Was sagt mein Kunde, wenn er zufrieden ist?
- Was sagt mein Kunde, wenn er unzufrieden (sauer/enttäuscht) ist?
- Wie wichtig ist es meinem Kunden, dass ich ihn lobe und Anerkennung ausspreche?
- Mit welcher Frage kann ich den Kunden nach „seinen Gefühlen“ befragen?

Viele dieser Fragen sind nicht neu und der Gedanke des Verkaufens mit Einfühlungsvermögen ist so alt, wie das Verkaufen selber.

Nur leider wird dies eben häufig auf die rationale Ebene des Verkaufens projiziert, was dann folgende Fragen empathische ober

- „Was denkt mein Kunde, wenn ich ihm dieses Angebot mache?“;
- „Welche Einwände wird er formulieren und wie kann ich hierauf reagieren?“;
- „Welche Nutzenargumentation hat beim letzten Verkaufsgespräch funktioniert und wie kann ich diese Erfahrung auf das aktuelle Verkaufs Anliegen transformieren?“.

..... eben sehr einfühlsam aber wenig emotional.

Hiervon kann sich nur ein Hinweis ableiten lassen: „Hört mehr auf das eigene Herz und bindet das Herz der Kunden mit in Eure Verkaufsgespräche ein“.

Denn: Was hat auch jeder Verkäufer vom „Kleinen Prinzen“ aus dem gleichnamigen Roman von Antoine de Saint-Exupéry als Geheimnis mit auf seinen weiteren Erfolgsweg bekommen:

**„Man sieht nur mir dem Herzen gut. Das Wesentliche ist für die Augen unsichtbar!“**