

# Dr. Jens Kegel

Erfolgreich erfolgreicher werden



## Kunden hirngerecht einschätzen und gewinnen



## A: Neues und Überraschendes

### a) Das faule Kunden-Gehirn, das fleißige Verkäufer-Gehirn

Kundengehirn	Verkäufergehirn
Mein Gehirn will Denkarbeit sparen.	Ich überschütte den Kunden mit Informationen.
Bei komplizierten Dingen wird ein Teil des Schmerzzentrums aktiv.	Ich erkläre Zusammenhänge, Hintergründe, Komplexes.
Mein Gehirn sucht einfache Lösungen, die meinen Emotionen und Zielen entsprechen.	Ich vermeide einfache Lösungen, um mich und das Produkt wichtig zu machen.

### b) Intuition / Bauchentscheidung

- Experten entscheiden schneller, weil sie auf den im System I gespeicherten reichen Erfahrungsschatz zugreifen.
- Der Körper sendet Signale des Unbewussten, ob die Entscheidung gut oder schlecht ist für den Organismus (Puls, Atem, Herzfrequenz, Schweiß...).
- Verbraucht einen Bruchteil der Energie, den Anfänger benötigen

### c) Wie (be)urteilen Kunden, welche Reaktionen darauf

Kunden	Verkäufer / Berater
Ein oft selbstgewählter Referenzpunkt bildet den Ausgang (Qualität, Preis, andere Meinung, Nutzen, Erfahrungen...)	Fragen stellen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wünsche</li> <li>• Mögliche Erfahrungen</li> <li>• individuelle Kauf-Intentionen</li> <li>• Ziele hinter den Kauf-Zielen</li> </ul>
Ein Verlust wird doppelt so stark empfunden wie ein Gewinn (Verlust-Aversion).	Ins Zentrum der Argumentation: Was verliere ich, welche Chancen entgehen mir (an die Intentionen des Kunden koppeln)
Bei komplexen Sachverhalten beeinflussen einige Merkmale unser Urteil stärker als andere.	1-3 Aspekte ins Zentrum stellen, diese ergeben sich aus den erfragten Zielen und Wünschen

## B: Macht und Kraft der Emotionen

### a) Negative vs. positive Emotionen

Negative Emotionen	Positive Emotionen
... richten die Aufmerksamkeit auf Abwehr	... richten die Aufmerksamkeit auf die Information
... bringen den Zustand der Homöostase aus dem Gleichgewicht	... bringen den Körper wieder in den Zustand der Homöostase
... haben die Tendenz, sich zu verstärken	... will das Gehirn immer wieder haben

## b) Drei emotionale Verhaltensprogramme

### **Balance**

- ✓ Vermeide Gefahr, Veränderungen, Störungen, Unsicherheit. Suche Stabilität, Sicherheit und stabile Beziehungen. Kümmere Dich um Deine Nächsten.

### **Dominanz**

- ✓ Setz Dir größere Ziele und Dich durch. Vergrößere Deine Macht und Deinen Einflussbereich. Verdränge Konkurrenten. Sei aktiv. Strebe nach Status.

### **Stimulanz**

- ✓ Sei neugierig. Such nach Neuem und Lustvollem. Genieß das Leben. Vermeide das ewig Gleiche. Sei anders als der ganze Rest. Beweg Dich.



## **Welches Verhaltens-Programm dominiert?**

### c) **Schlussfolgerungen:**

- Versetzen Sie sich vor (!) dem Gespräch in den Kunden und passen Sie sich ihm an.
- Schaffen Sie eine Wohlfühl-Atmosphäre.
- Nehmen Sie sich Zeit für Small-Talk.
- Bauen Sie ein Vertrauens-Verhältnis auf.
- Vermeiden Sie alles, was Negativ-Emotionen auslösen könnte.
- Agieren Sie parallel zum dominanten Emotions-System des Gesprächspartners.
- Anstatt rational zu argumentieren Emotionen ansprechen: Wie wird es sich anfühlen, wenn das Resultat da ist?

## **D: Kunden richtig einschätzen**

### a) **Welcher Kunde will was?**

#### **Der Bewahrer:**

- ✓ Ich bin grundsätzlich erst mal misstrauisch.
- ✓ Ich bin sparsam bis geizig.
- ✓ Ich misstraue „Verkäufer-Typen“.
- ✓ Ich höre auf die Meinung anderer.

#### **So reagieren Berater:**

- ✓ Ich lege viel Wert auf Vertrauensbildung.
- ✓ Ich bringe Testergebnisse, Erfahrungen.
- ✓ Ich fokussiere auf: sicher, risikolos, bewährt.

### **Der Harmonische:**

- ✓ Ich möchte viel Zeit fürs persönliche Gespräch.
- ✓ Ich möchte mich geborgen und wohlfühlen.
- ✓ Ich brauche einfache und zu verstehende Lösungen.
- ✓ Ich will, dass mir meine Ängste genommen werden.

### **So reagieren Berater:**

- ✓ Ich lege großen Wert auf Smalltalk und das persönliche Gespräch.
- ✓ Ich optimiere die äußeren Bedingungen.
- ✓ Ich fokussiere auf: einfach, sicher, problemlos.

### **Der Kreative:**

- ✓ Ich bin offen für Neues und Innovatives.
- ✓ Ich nehme auch Risiken in Kauf.
- ✓ Ich brauche kein persönliches Drumherum.
- ✓ Ich verzettele mich oft in verschiedenen Projekten.

### **So reagieren Berater:**

- ✓ Ich komme im Gespräch schnell auf die Fakten.
  - ✓ Ich behandle den Kunden eher als Kumpel.
  - ✓ Ich fokussiere auf: anders, besonders, innovativ.
- 

### **Der Macher:**

- ✓ Ich halte mich für einen Profi.
- ✓ Ich lege Wert auf Status.
- ✓ Ich arbeite permanent daran, perfekt zu werden.
- ✓ Ich erwarte Bewunderung für meine Leistungen.

### **So reagieren Berater:**

- ✓ Ich komme im Gespräch schnell auf die Fakten.
- ✓ Ich strahle vor allem Kompetenz aus.
- ✓ Ich fokussiere auf: Fakten, besonders, status-festigend.

## **E: Das optimale Kundengespräch**

### **a) Bereiche der Kommunikation**

- Raum (Größe, Möbel, Licht, Temperatur, Enge vs. Weite, Klima, Anordnung der Tische)
- Zeit (Tageszeit, Leistungskurve)
- Kleidung (die Kleidung sendet Signale: lässig bis geschäftsmäßig)
- Geruch (drei Schwellen: bewusst bis unterschwellig)
- Sprache
- Sprachbegleitendes (Lautstärke, Sprechmelodie, ruhig bis aufgeregt, Akzentuierung, Tempo)
- Geräusche (Lärmpegel, Ruhe, Musik)
- Verhalten (mein Verhalten ist Ausdruck meiner Gestimmtheit, Ruhe bzw. Unruhe wirkt sich auf den Gesprächspartner aus)

## b) Souverän agieren

### 1. Sich selbst erfüllende Prophezeiung

- Wenn ich glaube, dass ein Zustand in bestimmter Weise eintritt, dann trage ich durch mein Verhalten unbewusst dazu bei, dass dies auch geschieht.



- Worin bin ich stark? Was zeichnet mich aus?
- Wie sieht es aus, wenn ich souverän und stark agiere?
- Wie fühlt sich das positive Resultat an?

### 2. Aktiv zuhören

- Die Intentionen des Gesprächspartners (er)kennen, dessen Worte aus seiner Sicht verstehen, nicht parallel Antworten / Erwiderungen suchen bzw. vorformulieren



- In den Gesprächspartner hineinversetzen, seine Worte zeitversetzt innerlich nachsprechen
- Bei Nichtverstehen nachfragen bis zum wirklichen Verstehen
- Bestätigungs-Signale senden
- Erst dann eigene Position / Argumente formulieren

### 3. Perspektive wechseln

- Wer die Perspektive des anderen einnimmt, kann das Gespräch für beide Seiten erfolgreich steuern.



- Vergangenheit: Was geschah dem anderen bisher mit dem Thema?
- Gegenwart: Wie gestaltet sich seine aktuelle Situation (Intentionen, Emotionen)?
- Welche Ziele hat er, welche Vor- und Nachteile erwartet er?

### 4. Ziele setzen

- Nur aus konkreten Zielen resultieren konkrete (kommunikative) Handlungen. Andere wollen diesen Menschen folgen.



- Konkrete und realistische Ziele formulieren
- Zustand antizipieren, der angestrebt wird; dies möglichst bildhaft und ausgestattet mit allen Emotionen
- Das Ziel dem anderen möglichst zu Beginn mitteilen

**c) Die schlaue Sieben für schlaue Leute**

1. Knüpfen Sie an das Wissen der Gesprächspartner an.
2. Verwenden Sie Worte, die der andere verstehen kann.
3. Verwenden Sie einfache Sätze.
4. Konzentrieren Sie sich auf wenige Informationen.
5. Bieten Sie die Informationen in logischer Reihenfolge an.
6. Nennen Sie zu Beginn die wichtigsten Begriffe.
7. Nutzen Sie Vergleiche und Bilder, um die Aussagen anschaulich zu gestalten.

**d) Das optimale Kundengespräch**

1. Bedarf, Motive, Emotionsstruktur, bisherige Erfahrungen erfragen
2. Wünsche des Kunden zusammenfassen, Richtigkeit bestätigen lassen
3. Zeit lassen, nachfragen, zeigen: Ich beschäftige mich individuell
4. Produkt ausschließlich in Bezug zum individuellen Bedarf präsentieren
5. Vertragsabschluss: Das Produkt als individuelle Lösung darstellen
6. Nach dem Abschluss nachfragen: Zufriedenheit

Beachten Sie bitte, wie immer, das Copyright.