

Erfolgreich verkaufen (Teil 6)

Verkaufsrhetorik und Verkaufspsychologie

»Meine sehr verehrten Damen und Herren ...« – die Vorstellung, vor einer Gruppe von Leuten eine Rede halten zu müssen, treibt so manchem den Angstschweiß auf die Stirn, die Nervosität erreicht den Höhepunkt, ein unangenehmes Gefühl in der Magengegend macht sich breit, das Blut schießt in den Kopf, das Herz schlägt bis zum Hals, die Hände sind schweißnass, ein dicker Kloß verhindert das Sprechen. Was nun?

Wer erfolgreich sein will, muss andere überzeugen können und auch frei reden können. Die Karriereleiter erklimmen die kommunikativ versierteren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Wer würde einen stammelnden, nach Worten ringenden Mitarbeiter befördern? Durch Sprache – und nicht nur durch gesprochene, sondern auch durch Körpersprache – wird Souveränität und Selbstbewusstsein demonstriert.

Körperhaltung

Der erste Eindruck entsteht durch das körperliche Verhalten, Ihre Augen sind der kürzeste Weg zu Ihren Mitmenschen, Ihre Stimme zeigt, wessen Geistes Kind Sie sind – erst dann entscheidet der Inhalt, das Fachwissen. Wer

bei seiner Rede ständig auf den Boden oder in seine Notizen schaut, macht einen unsicheren oder desinteressierten Eindruck.

Rhetorik

Dem Gesprächspartner wird bei guter Rhetorik das Gefühl vermittelt, dass seine Aussagen besonders wichtig sind. Dadurch wird er gleichzeitig angeregt, weiterzusprechen und Ihnen Informationen zu liefern. Nehmen wir als Beispiel die »verbalen Verstärker«: »Sie sagen Herr Drescher, dass Ihnen zur Umstellung die Zeit fehlt, haben Sie auch berücksichtigt, ... ?« oder »Sie sagen zu Recht Herr Lamm, dass die Anlage einen stolzen Preis hat, stolz sind aber auch unsere Leistungen ...!« Wichtig ist, dass Sie für Ihre tägliche Arbeit mit

einigen rhetorischen Feinessen experimentieren. Schlimmstenfalls sagt der Kunde: »Auf welchem Verkaufstraining waren Sie denn jetzt schon wieder?« Macht nichts, der Kunde ist froh gelaunt, und gut gelaunte Kunden erteilen leichter Aufträge.

Kassettenkurs

Audiokassetten und Außendienst sind zwei Dinge, die einfach zusammengehören. Die Vertriebsverantwortlichen sollten einfach nicht mehr länger mit ansehen, wie Ihre Mitarbeiter vielleicht 15 Stunden oder mehr pro Woche unproduktiv hinter dem Steuer eines Wagens zubringen. Viele Führungskräfte, die aus Angst vor einer Blamage nie ein Rhetorikseminar besuchen würden, nutzen schon seit langem Kassetten-

kurse um sich auf Redeauftritte vorzubereiten. Da Kassetten dafür sind mehrmals gehört zu werden, lassen sich ihre Inhalte wesentlich besser nutzen. Ein Buch wird dagegen höchst selten zweimal gelesen. Wer regelmäßig und bewusst Kassetten hört, lernt auch im persönlichen Gespräch besser zuzuhören. Somit bieten die Kassetten ein Hörtraining und machen zum Beispiel Verkäufer, quasi nebenbei, zu Kommunikationsprofis.

Fazit: Wer an seiner Persönlichkeit arbeitet und ein Repertoire von Techniken besitzt, kann im Redefall ein volles Register ziehen. Rhetorik die wirkt und viel bewegt, ist nicht Privileg weniger Auserwählter, sondern erlernbares Handwerk.

Ewald W. Schneider ■

www.ewald-w-schneider.de

bau & heimwerker markt 8/02 erscheint
am 30. Juli 2002

Anzeigenschluß ist der 15.07.02

Anzeigenschluß für Textteilanzeigen
ist der 08.07.02

bau
markt
EURO-Marketing der DIY-Branche

Anzeigen-Service: 02 21 / 54 97-3 62