

Verkaufsrhetorik und Verkaufspsychologie

Wenn es ans Reden geht, versagen auch bei vermeintlichen Verkaufsprofis oft die Nerven. Einige Tipps und Tricks können helfen.

„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 vor einer Gruppe von Zuhörern reden können.

Man weiß ja: die Karriereleiter erklimmen nur die kommunikativ versierteren Mitarbeiter. Wer würde auch einen stammelnden, nach Worten ringenden Mitarbeiter befördern? Durch Sprache – und nicht nur durch gesprochene, sondern auch durch Körpersprache – wird Souveränität und Selbstbewusstsein demonstriert. 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. Die Verpackung des Vortragenden ist wichtigster als der

Inhalt der Präsentation. Erst dann entscheidet das vermittelte Inhalt und die vermittelte Fachkompetenz.

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

Dem Gesprächspartner wird bei guter Rhetorik des Vortragenden das Gefühl vermittelt, dass dessen Aussagen besonders wichtig sind. Beispiele für gute verbale Rhetorik: „Sie sagen Herr Bengelsheim, dass Ihnen zur Umstellung des Systems XYZ die Zeit fehlt, haben Sie auch berücksichtigt, ...?“ oder „Sie sagen zu Recht Herr Heiden, dass die Anlage einen stolzen Preis hat, stolz sind aber auch unsere Leistungen ...!“ Der Autor empfiehlt Ihnen, dass Sie für Ihre tägliche Arbeit mit einigen rhetorischen Feinheiten experimentieren. Schlimmstenfalls antwortet Ihnen Ihr Kunde: „Auf welchem Verkaufstraining waren Sie denn jetzt schon wieder?“ Macht nichts, der Kunde ist froh gelaunt und gut gelaunte Kunden erteilen leichter Aufträge.

Welche Möglichkeiten gibt es, Rhetorik außerhalb eines guten Seminars zu trainieren? Audio-CDs eignen sich gut bei regelmä-

ßiger Nutzung, „etwas“ zu lernen. Im Auto bei der Fahrt von Stuttgart nach Wermelskirchen haben Sie viel Zeit, so etwas zu hören. Außerdem werden Sie gut und positiv für ein möglicherweise schwieriges Gespräch eingestimmt. Der Nachteil ist sicher, dass sie das Aufgenommene nicht wie in einem gutem Verkaufstraining im Rollenspiel unter erschwerten Bedingungen praktizieren können. Aber es immer noch besser, als nichts zu tun.

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 Audiokurse, um sich auf Redeauftritte vorzubereiten. Da CDs wie geschaffen 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 CDs im Auto hört, lernt übrigens auch im persönlichen Gespräch besser zuzuhören. Und zuhören können ist wirklich wichtig, um den Anspruch erheben zu können, eine gute Führungskraft und/oder ein erfolgreicher Verkäufer zu sein. Somit



Ewald W. Schneider

bieten die Audiotrainer ein permanentes Hörtraining und machen Verkäufer, quasi nebenbei, zu Kommunikationsprofis. Aber ein gutes Intervalltraining in einer Gruppe Gleichgesinnter kann das natürlich nicht ersetzen.

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 auch nicht Privileg weniger Auserwählter, sondern erlernbares Handwerk. ■

Ewald W. Schneider
www.ewald-w-schneider.de

Schalt mich ...

... einfach mal früher!

Es ist zu 25 % Sprit sparen. Mehr Geld im Portemonnaie. Mehr Klimaschutz.

Einfach Info-Set „Umschalten“ anfordern. Senden Sie 1,68 € in Briefmarken an den NABU-Infoservice, 63223 Bonn.

