

Verkaufskompetenz für DIY-Verkäufer

Warum eine gute Präsentation dem DIY-Verkäufer einen Wettbewerbsvorteil schafft. Teil 11 der neuen Ewald W. Schneider-Serie.

Neben der Präsentation „face-to-face“ gibt es auch noch die „Präsentation vor Gruppen“: Viele DIY-Key-Accounter, die die enormen Chancen einer Präsentation vor vielen Kunden nutzen, sind versucht, das „Wie“ zu vernachlässigen, die Didaktik zugunsten des „Was“ in den Hintergrund zu drängen. Oft gehen sie lieber den sicheren Weg, einen fundierten Vortrag mit einer Frontalpräsentation zu halten, anstatt sich auf das Wagnis einzulassen, durch die Aktivierung der Teilnehmer unvorhersehbare Entwicklungen zu riskieren. Aber dieser sicherere Weg bedeutet für die Teilnehmer meistens Langleweiligkeit, weniger Animation. „Da könnte man sich die Präsentationsmappe auch zu Hause ansehen“, wird sich so mancher gelangweilte Zuhörer sagen. Die Pinnwand gehört neben Overheadprojektor und dem Flipchart zu den äußerst lebendigen „Dinosauriern“ der Präsentationstechniken. Wenn die Mobilisierung der Teilnehmer im Vordergrund steht und eine aktive und kreative Mitarbeit gewünscht wird, sollten Sie auf keinen Fall auf die Pinnwand verzichten. Der Overhead-

projektor und seine computergestützten Nachfolger gehören jedoch in die Kategorie der „Moderationskiller“. Dennoch liegen diese Geräte immer noch im Trend – und sind so schnell auch nicht totzukriegen.

Serie

METAfol (Wordspiel von mir; s. **diy** 6/2007) als echte Alternative steht für Kombination moderner METAPLAN-Präsentationstechnik und klassisch langweiliger Folienpräsentation. METAfol lebt von Überraschungseffekten, Showeinlagen und Bewegung. Die Wissensvermittlung steht dabei nicht im Vordergrund, sondern die totale Akzeptanz bei den Teilnehmern. Somit eignet sich METAfol ganz hervorragend für Verkaufspräsentationen. Beobachten Sie dabei laufend die Reaktion der Zuhörer, ob sie auf Zustimmung, Widerspruch oder auf Verständigungsschwierigkeiten hinweisen. Vermeiden Sie alles, was negative Gefühle beim Teilnehmer auslöst, zum Beispiel Arroganz und Do-

minanzgebärden. Oder stellen Sie sich doch einfach einmal die Frage, ob Ihre Zuhörer bereit wären, für Ihre Präsentation auch Eintrittsgeld zu zahlen. Wenn nicht, dann stimmt etwas mit Ihrer Präsentationstechnik nicht.

Als Chef hat man es bekanntlich manchmal auch nicht ganz leicht. Besonders, wenn in der Verkäuferkonferenz schon wieder ein Thema zerredet wird nach der bekannten Methode: Einer gegen alle, jeder gegen jeden, und schließlich alle einander vorbei. Wir leben eben im Zeitalter des leeren Geschwätzes. Was in Politikerinterviews und Talkshows noch Unterhaltungswert hat, im Unternehmen ist es reine Vergeudung. Bereits der Einsatz von Moderationskarten verwandelt ein monotones Meeting in eine hochinspierte Ideenschmiede. Und ein simples Flipchart verknüpft vor den Augen der Beteiligten die gesammelten Einfälle zu komplexen Lösungsansätzen. Wenn Sie Folien nicht vermeiden können, sollten Sie sich jedoch auf fünf wichtige Folien mit wenig, aber guter Graphik beschränken. Achten Sie bitte darauf, dass Sie als Moderator durch die Technik nicht zu sehr in den Hintergrund gestellt werden.

Ihr Auftreten und Ihre Persönlichkeit sind wichtiger für die Vertrauensbildung, als eine frontale Multimediashow oder gar eine Frontalschlacht mit Folien.



Fazit: Lieber einen von „Pencil-Selling“ (s. **diy** 4/2010) gezeichneten Katalog überreichen, der Beachtung findet, als Produktunterlagen kommentarlos zu überreichen. Lieber einen DIY-Verkäufer, an den man sich erinnert, weil er „Anders-Als-Andere“ präsentiert hat, als einen Verkäufer, den man schnell abgehakt hat. Das Motto erfolgreicher Verkäufer und auch mein ganz persönliches Motto für Präsentationen jeglicher Art ist: Laut kommen – Leise gehen – Spuren hinterlassen. ■

 **Kontakt**
 Ewald W. Schneider
 Verkaufstrainer
www.ewald-w-schneider.de