

Inhalt

- Zeigen Sie sich von Ihrer besten Seite und gewinnen Sie die Herzen Ihrer Kunden schon in den ersten Sekunden
- Bevor Sie Infos verschicken: So qualifizieren Sie Neukunden mit einer einfachen Frage
- Vom „einfachen“ Verkäufer zur Top-Führungskraft: Das sind die vier Stufen der Entwicklung

Dipl. Kfm. Ralf Korb
Praxis-Tipps
für Führungskräfte im Verkauf



Schon ein einziger Blick kann über die Zukunft entscheiden

Vorschnelle Urteile über andere Menschen gelten in unserer Gesellschaft als Fehler. Man solle andere nicht auf den ersten Blick in eine Schublade packen, heißt es immer wieder.

Als Verkäufer lernen Sie jedoch schnell: Die Realität sieht anders aus. Nichts ist mächtiger als der erste Eindruck. Das Bild, das sich ein Mensch von seinem Gegenüber in den ersten Sekunden beim Kennenlernen macht, ist stabil und später kaum noch zu ändern. Das zeigen immer wieder auch wissenschaftliche Untersuchungen.

Besonders faszinierend finde ich hier eine Studie der Psychologen Vivian Zayas (Cornell University) und Gül Günaydin (Middle East Technical University). Die beiden gaben ihren Versuchspersonen Fotos von anderen Menschen, die sie noch nicht kannten, und befragten sie zu den Gefühlen gegenüber diesen Personen. Einen Monat später lernten die Versuchsteilnehmer die Menschen von den Fotos persönlich kennen und wurden erneut befragt. Ergebnis: Die Gefühle entsprachen meist genau denen, die sie schon nach dem ersten Eindruck anhand der Fotos geäußert hatten.

Das ist eine entscheidende Erkenntnis für jeden Verkäufer und Berater: In den ersten Sekunden legen Sie den Grundstein für eine positive Beziehung mit einem möglichen Neukunden, die entscheidend für den Verkaufserfolg ist. Sogar ein Blick auf ein Foto entscheidet über die Zukunft!

Die Studie zeigt, wie wichtig es ist, dass jeder Verkäufer ein Auftreten trainiert, das die meisten Menschen in den ersten Minuten und Sekunden des Kennenlernens angenehm und sympathisch finden. Tipps und Ideen dazu finden Sie auf den beiden folgenden Seiten.

Ihr

Dipl. Kfm. Ralf Korb

Den Titelbeitrag können Sie auch als
Audio-Datei zum Hören herunterladen:

<https://korb.intem.de/coaching-brief/leser-service/>

Kontakt:

Dipl. Kfm. Ralf Korb
Korb & Kollegen: Training - Coaching - Beratung - Marketing - Strategie - Interimsman
Hintergasse 17 • 61191 Rosbach
Tel. +49 6003 810616 • Fax: +49 32128106161
www.korb.intem.de
r.korb@intem.de

Treten Sie ab sofort so auf, wie es Kunden bei Verkäufern mögen! Hier sind sieben einfache Techniken, mit denen Sie im Verkaufsgespräch schon in den ersten Sekunden einen guten ersten Eindruck wecken.

Zeigen Sie sich von Ihrer besten Seite und gewinnen Sie die Herzen Ihrer Kunden schon in den ersten Sekunden

Tipp 1: Suchen Sie den Augenkontakt

Schon in den ersten Sekunden eines Zusammentreffens ist der Augenkontakt entscheidend – und nicht nur im weiteren Verlauf eines Gesprächs. Und das gleich aus zwei Gründen:

- Der offensichtliche Grund: Durch Augenkontakt signalisieren Sie Offenheit, Zuwendung und Interesse.
- Was aber nur wenige wissen: Wer den Augenkontakt sucht und hält, wird von seinem Gegenüber beim Kennenlernen als intelligenter eingestuft.

Extra-Tipp:

Nach Meinung des britischen Psychologen Tom Hartley von der Universität York in Großbritannien sind vor allem die Gesichtszüge entscheidend für den ersten Eindruck. Besonders wichtig dabei seien die Augen und der Mund. Menschen mit einem großen und geöffneten (lächelnden) Mund sowie großen Augen werden als zugänglicher und sympathischer eingestuft. Selbstverständlich kann niemand sein Gesicht verändern – aber einen offenen Blick und ehrliches Lächeln kann jeder für den guten ersten Eindruck trainieren.

Tipp 2: Denken Sie auch an Ihren Gang

Der erste Eindruck kann sich schon aus der Entfernung formen, dann nämlich, wenn Sie auf Ihren Kunden zukommen. Schon aus dem Gang ziehen die Menschen Schlüsse auf den Menschen:

- Wer große Schritte macht, wird eher für extrovertiert und entschlossen gehalten.
- Wer dagegen nur kleine Trippelschritte macht, wirkt auf andere schnell unentschlossen oder gar hilflos.

Tipp 3: Was bei der Kleidung wichtig ist

Klar ist, dass Sie Ihren Kleidungsstil angemessen wählen und den Erwartungen Ihrer Kunden anpassen. Doch beinahe noch wichtiger als der Stil ist der Sitz der Kleidung.

- Sitzen Jackett, Kostüm, Rock oder Hose perfekt, wird Ihr Auftreten sofort als stimmig wahrgenommen. Hinzu kommt: Fühlen Sie sich im gut sitzenden Outfit wohl, steigert das Ihre positive Ausstrahlung.
- Hat sich dagegen ein Verkäufer in ein schlecht sitzendes oder ungeliebtes Outfit gequält, spürt der Gesprächspartner das Unwohlsein in der Regel schnell – und das ist kein guter Start.

In Maßkleidung zu investieren ist deshalb immer eine gute Idee!

Tipp 4: Die Geheimnisse des Händedrucks

Nicht zu schlaff, aber noch nicht so kräftig, dass es dem anderen wehtut – Ihr Händedruck sollte souverän und fest sein. Das haben Sie wahrscheinlich schon einmal gehört und vielleicht sogar trainiert. Doch es gibt noch eine weitere wichtige Erkenntnis zum Handschlag, die nur wenige kennen:

- Wer beim Händedruck seine Hand leicht wölbt, damit ein Zwischen-



Extra-Tipp:

Tendieren Sie bei wichtigen Situationen oder bei Wärme zu schwitzigen Händen? Dann hilft dieser kleine Trick: Gehen Sie vor der Begegnung ins Bad und lassen Sie für mindestens eine Minute lauwarmes Wasser über die Hände laufen. Das leicht temperierte Wasser stoppt für einige Minuten die Schweißdrüsen in den Händen.

Mein Extra-Service:

Entdecken Sie fünf einfache Tipps, mit denen Sie sich vor Kundenterminen in positive Stimmung bringen – mit der Checkliste, die Sie kostenlos anfordern können (siehe Seite 6).

raum bleibt und sich die Handflächen nicht komplett berühren, sendet unausgesprochen eine negative Botschaft aus: „Ich will nicht alles von mir preisgeben. Ich behalte etwas für mich!“ Vergleichbar ist das mit einem Menschen, der immer wieder den Augenkontakt meidet.

Wenn Sie Angst vor schwitzigen Händen haben, hilft der Extra-Tipp links.

Tipp 5: Stimmt die innere Einstellung?

Einer der interessantesten Aspekte beim ersten Eindruck ist, dass sich die Menschen nicht so leicht täuschen lassen. Wer nervös oder unsicher ist, aber versucht, sich in eine aufrechte und breitschulterige Pose zu werfen, wird oft leicht durchschaut. Wer einen positiven ersten Eindruck machen will, trainiert deshalb immer auch die eigene innere Einstellung, zum Beispiel so:

- Nehmen Sie sich vor einem wichtigen Treffen ein paar Minuten Zeit und rufen Sie sich in Erinnerung, wie viele Erfolge Sie erzielt und was Sie alles schon erreicht haben. Das allein kann bereits zu einer sichereren und souveräneren Ausstrahlung beitragen.
- Wenn Sie einen Kunden besuchen, parken Sie den Wagen ein paar hundert Meter entfernt und gehen Sie den Rest zu Fuß. Die Bewegung sorgt für ein dynamischeres Auftreten beim Kunden (siehe dazu auch Extra-Checkliste zum Anfordern auf Seite 6).

Tipp 6: Hausaufgaben machen

Das ist einer der Punkte, der beim ersten Eindruck am häufigsten übersehen wird:

- Wer sich auf eine wichtige Begegnung intensiv vorbereitet, hat größere Chancen, sofort einen guten ersten Eindruck zu hinterlassen.
- Wenn Sie möglichst alles über Ihren Gesprächspartner und gegebenenfalls sein Unternehmen herausfinden, wenn Sie seine Situation kennen und sich auf mögliche Fragen oder Störungen vorbereiten, gehen Sie mit dem angenehmen Gefühl, dass Ihnen nichts passieren kann, in das Gespräch. Diese Sicherheit strahlen Sie dann auch aus.

Tipp 7: Denken Sie auch an den ersten Eindruck vor dem Treffen

Auf der ersten Seite dieser Ausgabe meines *Coaching-Briefs* haben Sie von dem interessanten Versuch gelesen, der gezeigt hat: Die Menschen machen sich schon anhand des ersten Fotos vor einem Treffen einen ersten Eindruck, der sich auch nach dem persönlichen Kennenlernen meist nicht ändert. Das hat wichtige Konsequenzen für Sie:

- Sie müssen bei einer Verabredung immer damit rechnen, dass Ihr Gesprächspartner Sie googelt, sich Ihre Internet- und Ihre Profiseiten bei XING, LinkedIn oder Facebook anschaut.
- Prüfen Sie: Wirken die Fotos und die Informationen, die über Sie für jeden abrufbar sind, sympathisch und erzielen einen positiven ersten Eindruck?
- Lassen Sie im Zweifel Fotos von einem guten Profifotografen machen, die Sie für Ihre Profile einsetzen.
- Verlassen Sie sich bei der Auswahl der richtigen Fotos nicht allein auf Ihr eigenes Urteil. Fragen Sie Kollegen oder gute Kunden, auf welchem Foto Sie am vertrauenswürdigsten oder sympathischsten wirken.

Jeder, der im Verkauf mit E-Mails arbeitet, kennt das Problem: Wenn der Kunde schreibt: „Senden Sie mir Informationen“, freuen Sie sich im ersten Moment über das Interesse. Aber dann hören Sie meist nie wieder etwas von dem Interessenten. Doch es gibt eine einfache Technik, mit der Sie sicherstellen, dass Sie diese Kunden an der Angel behalten.

Bevor Sie Infos verschicken: So qualifizieren Sie Neukunden mit einer einfachen Frage

Bestimmt haben auch Sie schon mindestens ein Mal eine solche oder ähnliche Situation erlebt: Sie haben einen interessanten möglichen Neukunden, vielleicht über eine Empfehlung, vielleicht bei einer Messe kennengelernt. Der Interessent sagt Ihnen am Telefon oder per Mail: „Schicken Sie mir Informationen!“

Extra-Tipp für die Formulierung von E-Mails an Kunden:

Gerade bei E-Mails kommt es darauf an, dass der Kunde den Vorteil für sich sofort erfasst. Deshalb müssen Sie sofort auf den Punkt kommen. Lange E-Mails empfinden die meisten Menschen als Arbeit. Richtwert für Sie: Versuchen Sie, maximal drei bis fünf Zeilen zu schreiben, in denen Sie ganz kurz den aktuellen Nutzen anschnitten, den Sie dem Kunden bieten. Langweilen Sie den Kunden nicht mit Floskeln und Informationen, die er sowieso schon kennt. Streichen Sie also Sätze wie: „Wie Sie wissen, wird die Lage auf dem XY-Markt immer schwieriger.“

Sie sind guter Dinge und stellen dem möglichen Neukunden spannendes und aussagekräftiges Material zusammen und schicken es per Mail oder Post so schnell wie möglich ab und rechnen damit, dass er umgehend bei Ihnen anruft.

Doch dann beginnt die Warterei: eine Woche, zwei Wochen ... schließlich wird klar, dass Sie nie wieder etwas von dem Kunden hören werden.

Die gute Nachricht lautet:

Es gibt einen einfachen Weg, mit dem Sie diese Enttäuschung vermeiden und so gut wie sicherstellen, dass Sie in Kontakt mit ihm bleiben. Die Technik ist einfach. Sobald der Kunde Sie bittet, Ihnen Informationen zu senden, antworten Sie:

„Ich schicke Ihnen sehr gern alle Informationen, die Sie brauchen! Haben Sie dazu ein paar Minuten am Telefon, damit Sie mir sagen können, welche Informationen für Sie am wichtigsten sind?“

Auf diese einfache Frage gibt es nur drei mögliche Reaktionen:

- Der Kunde reagiert überhaupt nicht, beispielsweise, wenn Sie die Frage per Mail geschickt haben. In diesem Fall können Sie die Informationen immer noch herauschicken, ohne viel davon zu erwarten.
- Der Kunde antwortet mit Nein und will kein kurzes Gespräch. Dann können Sie beinahe sicher sein, dass es sich nicht um einen echten Interessenten handelt. Sie hätten mit großer Wahrscheinlichkeit nie etwas von dem Kunden gehört, auch wenn Sie ihm aufwendig ein Infopaket zusammengestellt hätten.
- Antwortet der Kunden mit Ja, haben Sie eine erste wichtige Qualifizierung des Kunden. Er spricht mit Ihnen und gibt Ihnen erste wichtige Hinweise zu seinem Bedarf und seinen Zielen. Mit diesem Wissen können Sie Ihr Infopaket individuell zusammenstellen und auf den Interessenten zuschneiden.

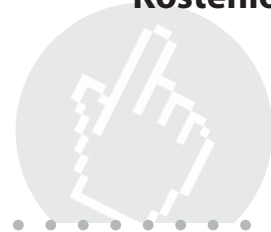
Wichtig vor allem: Sie können sogar schon ein Treffen oder zumindest einen Telefontermin ausmachen, um über die Informationen zu sprechen, die Sie dem Kunden schicken.

Vom „einfachen“ Verkäufer zur Top-Führungskraft: Das sind die vier Stufen der Entwicklung

Was tun Menschen, die Karriere im Verkauf machen und vom „einfachen“ Verkäufer zur wichtigen Führungskraft im Unternehmen aufsteigen? Die landläufige Antwort darauf lautet, dass die erfolgreichsten Verkäufer aufsteigen. Wer am meisten verkauft, bekommt den Führungsposten. Doch so einfach ist es nicht – das zeigen die zahlreichen Beispiele von erfolgreichen Verkäufern, die von neuen Führungsaufgaben überfordert sind.

Hier hilft ein Modell, das in vier Stufen beschreibt, wie die Entwicklung zur Führungskraft normalerweise verläuft:

1	<p>Stufe 1: Lernen und mitarbeiten</p> <p>Wenn ein Verkäufer neu im Unternehmen ist oder im Job startet, hat er zwei wichtige Aufgaben:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Lernen: Der Verkäufer lernt, wie in diesem Team gearbeitet wird: Was sind die Spielregeln? Welche erprobten Prozesse gibt es? Von welchen Erfahrungen kann er profitieren? Wie setzt er die Hilfsmittel richtig ein? ■ Mitarbeiten: Gleichzeitig setzt der Verkäufer in Stufe eins dieses Wissen ein, um aktiv mitzuarbeiten.
2	<p>Stufe 2: Selbstständig Erfolge erzielen</p> <p>Wer die Regeln und Techniken gelernt hat und damit überdurchschnittliche Erfolge erzielt, hat Stufe zwei erreicht. Das sind die besonders erfolgreichen Verkäufer, die Ziele regelmäßig übertreffen, weil sie eigene Ideen und Techniken entwickeln und die vorhandenen Systeme verfeinern.</p>
3	<p>Stufe 3: Erfolge durch andere multiplizieren</p> <p>Die Top-Verkäufer, die auf Stufe zwei angekommen sind, haben irgendwann alles erreicht: alle Wettbewerbe gewonnen, gutes Geld verdient, Verkaufsrekorde gebrochen. Vielen reicht das. Doch wer mehr erreichen will, kann jetzt nur noch einen Schritt machen: Verantwortung für andere übernehmen. Mitarbeiter führen und anleiten. Das heißt: als Führungskraft Erfolge durch eigene Mitarbeiter erzielen und multiplizieren.</p>
4	<p>Stufe 4: Das Unternehmen mitgestalten</p> <p>Höchste Stufe in der Entwicklung ist schließlich der Aufstieg der Verkaufsführungskraft in die Unternehmensleitung: Hier leitet die Führungskraft nicht Mitarbeiter an, sondern wendet ihr Wissen und ihre Erfahrung an, um die Zukunft des Unternehmens mitzugestalten.</p>



Checkliste: Fünf Tipps, mit denen Sie sich für eine Begegnung mit dem Kunden in Stimmung bringen

Jedes Treffen mit einem Kunden zählt: Vor allem, wenn Sie einem Kunden zum ersten Mal begegnen, kommt es darauf an, dass Sie in guter Stimmung sind, um einen möglichst guten ersten Eindruck zu hinterlassen. Doch wie schaffen Sie es, sich in gute Stimmung zu bringen, auch wenn es hektisch zugeht oder Erfolgsdruck auf Ihnen lastet? Dafür habe ich fünf Tipps in einer Checkliste zusammengestellt, die Ihnen helfen, vor dem Zusammentreffen mit dem Kunden schnell positive Gefühle aufzubauen, um die eigene Ausstrahlung zu optimieren!

Klicken Sie hier, um die Checkliste anzufordern. Ich sende Ihnen dann umgehend Ihr Exemplar als PDF-Datei, die Sie auch an Ihre Mitarbeiter verteilen können.

<https://korb.intem.de/coaching-brief/leser-service/>

Oder schicken Sie den folgenden Coupon ausgefüllt
an meine Fax-Nummer.

Fax +49 32128106161

Ja, bitte senden Sie mir die Checkliste „Fünf Tipps für bessere Stimmung“ kostenlos zu.

Vorname/Name

Firma

Straße/Postfach

PLZ/Ort

E-Mail-Adresse

Ich habe eine Frage zu diesem Coaching-Brief – bitte rufen Sie mich dazu an! Sie erreichen mich am besten:

Datum

Zeit

Tel.-Nr.

Tun Sie einem Freund oder Bekannten etwas Gutes! Tragen Sie hier Namen und E-Mail-Adresse eines Freundes oder Bekannten ein. Dann sende ich ihm diese Ausgabe des Coaching-Briefs mit einem freundlichen Gruß von Ihnen:

Vorname/Name

E-Mail-Adresse