

wohninsider.at

Das B2B - Magazin für die Einrichtungsbranche

Ausgabe 6/2016
Dezember/Jänner
www.wohninsider.at

Schwerpunkt: **ARBEITSPLATZ KÜCHE**

Katrin de Louw
**Einrichtungstrends
2017/2018**

Christian Mikunda
**Inszenierung
von Gefühlen**

- ❑ MHK startet „Next Generation“
- ❑ Europa Möbel mit Digitaloffensive
- ❑ MZE Kreatives Eventprogramm
- ❑ Allmilmö in Wien

- ❑ Arbeitsplattendekore: Trends 2017
- ❑ Bauwerk goes „Cradle to Cradle“
- ❑ Aktuelles aus dem Designblog
- ❑ Büro: Auf zu neuen Arbeitswelten

ARNO FISCHBACHER

So entscheidend ist Ihre **Stimme** beim **Verkaufsabschluss**

Wolfgang L. ist Verkäufer in einem Einrichtungshaus. Er kennt seine Produkte in- und auswendig, kann alle Dimensionen und technischen Details aus dem Gedächtnis aufzählen, und er liebt es, seine Kunden zu beraten. Seine Abschlussquote müsste hoch sein. Ist sie aber nicht. Wolfgang beherrscht nämlich eine im Verkauf so wichtige Kunst ganz und gar nicht. Er schafft es nie, seine Verkaufsgespräche auf echter Augenhöhe mit seinen Kunden abzuwickeln. Oder noch direkter ausgedrückt, es gelingt ihm nicht, die Kommunikation mit seinen Kunden stufenweise so stabil aufzubauen, dass Schritt für Schritt ein tragfähiges Fundament an persönlicher Beziehung entsteht, die schlussendlich zum Abschluss führt. Wolfgang ist in den ersten Phasen seiner Kundengespräche durchaus souverän. Da befindet er sich auf für ihn „sicherem“ Terrain. Er kann sein Wissen darlegen, intensiv beraten und auf die Menschen eingehen. Er ist ein exzellenter Berater, aber er ist ein schlechter Verkäufer. Das zeigt sich jedes Mal eindeutig in seinen Verkaufsgesprächen. Wenn alles, was Wolfgang an Informationen zu geben hat, beim Kunden angekommen ist, dann müsste Wolfgang zur Abschlussfrage kommen und den Verkaufs-Sack zuschnüren. Und genau hier beginnt er massiv zu schwächeln. Seine gerade noch sicher klingende Stimme wird jetzt höher. Er spricht plötzlich viel schneller und macht keine Pausen, seine Gestik wird hektisch. Die Anspannung – Hilfe, ich muss verkaufen – ist in seiner Stimme klar hörbar. Und diese Anspannung springt dann natürlich auf die Kunden über, die aus dem eben noch total entspannten Gespräch in einen neuen, nervösen Kommunikationsmodus katapultiert werden. Hier kippt das Verkaufsge-



Arno Fischbacher, Wirtschafts-Stimmcoach, Top-Redner und Autor.
Fotos: Fischbacher

sprach dann total, die Kunden murmeln den berühmten Satz „Wir werden uns das überlegen.“ und verlassen das Einrichtungshaus. Die Beratung ist zu Ende. Der Verkauf hat nicht stattgefunden. Was können Verkäufer wie Wolfgang tun, um dieses fatale Kommunikationsmuster zu ändern?

Dramaturgie des Verkaufsgesprächs im Vorhinein festlegen

Um Szenarien wie das eben beschriebene zu vermeiden, sollten sich Verkäufer im Vorfeld immer eine Art „Dramaturgie“ ihres Verkaufsgesprächs überlegen. Einen Spannungsaufbau, der sie bis hin zum Abschluss führt. Wolfgang beherrscht diesen Spannungsaufbau nur bis zum zweiten Drittel seiner Gespräche. Dann bricht er ab. Und genau das ist falsch. Damit die eingangs erwähnte Augenhöhe entsteht, sollte sich Wolfgang dieser drei Elemente bedienen, um die Distanz vom Beginn des Gesprächs bis zum Abschluss zu verbinden: Eine klare, zielgerichtete Körpersprache, eine sichere, überzeugende Stimme (vor allem zum Abschluss hin). Die Stimme ist in diesem Prozess das kostbarste und wichtigste Element überhaupt. Und Wolfgang sollte jetzt vor allem eine erhöhte Acht-

samkeit auf die Signale seiner Gegenüber zeigen.

Bewusst auf Augenhöhe gehen

Gehen Sie als Verkäufer in diesem Zusammenhang in jedes Gespräch mit der Absicht, es zu einer Begegnung auf Augenhöhe zu machen. Vergessen Sie in dieser Phase den Wunsch nach dem Abschluss, sondern legen Sie vor allem Wert auf Achtsamkeit, Selbstwahrnehmung und auf ein aktives Zuhören. Gerade deswegen ist es so wichtig, gedanklich alle möglichen Szenarien und die eigenen Reaktionen darauf vor einem

Gespräch durchzuspielen. Dermaßen mental vorbereitet, wird Ihre Stimme als Spiegel der inneren Balance Sie nicht verraten, wenn Ihr potentieller Kunde – vor allem in der Abschlussphase – anders reagiert, als Sie sich dies wünschen. Beobachten Sie Ihre Gesprächspartner. Allein durch einen aufmerksamen Blick auf deren Gesten, Mimik, die Körperhaltung, können Sie deren Handeln voraussehen und Ihre eigenen Antworten bereits überlegen.

Sprechen Sie mit ruhiger Stimme und einen Takt betonter als üblich. Aber bitte vergessen Sie trotzdem niemals die Intention Ihres Gesprächs – nämlich den Verkauf. Ihr Gesprächspartner wird Ihre Signale aufnehmen und seinerseits spiegeln. Das Gespräch nimmt dann sofort einen anderen, einen viel entspannteren Verlauf. Nicken Sie zustimmend, wenn Ihr Gegenüber redet. Zeigen Sie, dass Sie aufmerksam sind. Erwidern Sie den Blick. Fragen Sie nach, ob Sie ihn richtig verstanden haben, bekräftigen Sie die Situation. Achten Sie auf die Sprechgeschwindigkeit Ihres Verhandlungspartners. Erkennen Sie so seine Dynamik. Menschen sehnen sich nach Synchronität, besonders im Verkaufs-

gespräch. Wer als Verkäufer so vorgeht, wird auf der schon erwähnten Beziehungstreppe bald auf der obersten Stufe angekommen sein. Der Abschluss ist schon ganz nahe. Was jetzt noch fehlt, ist der Handschlag. Und genau hier strauchelt Wolfgang. Denn er zerredet seinen Abschluss, indem er genau an dieser Stelle immer noch mehr und mehr Argumente für seine Produkte bringt.

Durch Stimme zum Kaufimpuls führen

Was er statt dessen tun sollte? Ganz einfach, durch seine Stimme im Gehirn seines zukünftigen Kunden den Impuls zum Kauf setzen! Sehr entschlossen, sehr geradlinig, sehr direkt. Erfolgreiche Verkäufer suggerieren mit ihrer Stimme, „Ich weiß, was ich tue, und ich meine, was ich sage.“ Ganz oben auf der Beziehungsebene gibt es nämlich nur mehr die eindeutige Entscheidung für den Abschluss. Sonst nichts. Wenn der Verkäufer diese eindeutige Entscheidung trifft, springt seine Überzeugung auch auf den Käufer über. Und genau jetzt sollte Schluss sein mit weiteren verkaufstechnischen Aussagen. Alles, was notwendig ist, wurde bereits gesagt. Wolfgang muss jetzt die Führung übernehmen und den Kunden direkt fragen: „Sind Sie mit diesen Konditionen einverstanden?“ Dazu nickt er und setzt idealerweise fort „Wenn ja, dann schlage ich vor, wir unterschreiben den Vertrag.“ Noch wirkungsvoller ist es, dazu einen Kugelschreiber aus der Jacke zu ziehen, mit einer Geste den Blick des Gesprächspartners auf den Vertrag zu lenken und zu sagen: „Na, dann unterschreiben Sie hier.“ Das funktioniert. Garantiert. Aber nur dann, wenn Wolfgang es schafft, durch seine Stimme und seine gleichzeitige souveräne Körpersprache die erforderliche Sicherheit auszustrahlen. Mit seiner nun selbstbewussten und überzeugenden Stimme kann er so den finalen Handlungsimpuls setzen. Wenn ihm dies gelingt, dann ist Wolfgang endgültig vom begeisterten Berater zum erfolgreichen Verkäufer geworden.

www.arno-fischbacher.com

Über Arno Fischbacher

Arno Fischbacher ist Wirtschafts-Stimmcoach, Top-Redner und Autor der Bücher „Geheimer Verführer Stimme“ und „Voice Sells!“. Er ist Experte für die unbewusste Macht der Stimme in Kundenservice, Führung und Vertrieb und bereitet Führungskräfte und Mitarbeiter der Top-Unternehmen in Deutschland und Österreich auf Gespräche, Präsentationen und Medienauftritte vor. Als Gründer und Vorstand von www.stimme.at, dem europäischen Netzwerk der Stimmexperten, trägt Arno Fischbacher heute wesentlich zum gesellschaftlichen Bewusstsein für die Stimme als Wirtschaftsfaktor bei. Dabei greift er auf langjährige Erfahrungen als Schauspieler, Moderator und Theaterdirektor zurück und verbindet diese mit aktuellen Erkenntnissen aus der Psychologie und Hirnforschung.

Arno Fischbacher ist Past-Präsident des Österreich-Chapter der German Speakers Association (GSA) und Lektor an zwei Universitäten. Er besticht durch mitreißendes Auftreten und eine Fülle an praktischen, sofort anwendbaren Tipps.



wohn
insider
buch
tipp



Arno Fischbacher
Voice Sells!
Die Macht der Stimme im Business