

Lektion 2

Wer sich verstellt, verliert

Hunde wittern es, wenn Menschen Angst haben. Aber wussten Sie auch, dass Ihr Kunde es merkt, wenn Sie sich verstellen? Vielleicht nicht immer, aber doch sehr oft. Geschieht das, werden Sie keinen Abschluss machen.



© Fotowerk / Fotolia

Ihr Kunde denkt, bewusst oder unbewusst, darüber nach, dass ihn etwas an Ihnen stört. Vielleicht kann er nicht genau definieren, was es ist, aber wie ein Splitter in der Hand beschäftigt ihn dieser Gedanke und lenkt ihn damit vom eigentlichen Thema ab.

Gehen Sie vor dem Termin noch einmal im Kopf durch, was Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung so

Wer sich verstellt, verliert

außergewöhnlich macht, überlegen Sie sich bereits im Vorfeld, wie Sie mögliche Einwände entkräften können, und behalten Sie die Pluspunkte Ihres Produktes immer im Blick.

Sammeln Sie Ihre Gedanken, seien Sie bei der Sache und vor allem bei Ihrem Kunden und seien Sie echt. Geht es Ihnen an diesem Tag nicht gut, haben Sie zwei Möglichkeiten:

- Seien Sie ehrlich, aber enervieren Sie Ihr Gegenüber nicht mit intimen Details.
- Sammeln Sie all Ihre Kraft, ziehen Sie in Ihrer Bibliothek im Kopf eine Erinnerung an einen besonderen schönen oder erfolgreichen Moment aus dem Regal und lassen Sie das Gefühl, das Sie dabei hatten, in sich aufkommen.

Halten Sie es für die Dauer des Termins fest – Ihre positive Ausstrahlung wird auch auf Ihren Kunden abfärben.

So geht Verkaufen

Mit 99 nls-Lektionen zum Eliteverkäufer

Galal, M.M.

2013, XVI, 204 S. 99 Abb., Hardcover

ISBN: 978-3-658-00831-4