

Mit Kundenflüstern erfolg-reich

Vom klassischen Be-Dienen über das eher beratende Verkaufen, die NLP-Welle bis zur "Wiederentdeckung des Hardselling" - Vertrieb hat schon diverse Wandlungen vollzogen. Das "Kundenflüstern" bereichert die Palette der konkurrierenden Strategien um eine neue, interessante Variante – abgeschaut von den "Pferdeflüsterern", übertragen auf zeitgemäßen Vertrieb und Marketing

Text _ Michael P. Klotz (für AKQUISA)

Haben Sie schon von diesen Pferdeflüsterern gehört? Vor 15 Jahren machten Reitlehrer wie Monty Roberts in der Reiterszene von sich reden. Statt wie in der heute oft falsch verstandenen klassischen Reitlehre unter voller "Bewaffnung" mit Sporen- und Gerteneinsatz das Pferd zum Gehorsam zu bringen folgte er konsequent dem inneren Impuls, den viele ebenso spürten: „Das was wir hier – oft durchaus mit scheinbarem Erfolg – machen, damit werden wir den Pferden doch eigentlich nicht gerecht!“

Den ersten Pferdeflüsterern ist es wie anderen Querdenkern gegangen: Zuerst belächelt, betrachtete man zögernd die unwiderlegbaren Ergebnisse mit Neugier.

Heute wallfahren ganze Heerscharen hilfeschender Reiter zu Seminaren und Workshops. Wer einmal miterlebt hat, was sich in Reithallen und auf Turnierplätzen abspielt, der weiß, was verzweifelte Reiter dazu bringt, lange Wege auf sich zu nehmen, um "Problempferde" wieder "hin" zu kriegen. Wer selbst beobachtet hat, wie dank Einsicht in die "Denke" von Pferden scheue, ängstliche und oft gefährlich-unreitbare Tiere in erstaunlich kurzer Zeit zum frei-willigen Mit-Arbeiter werden, der ist schnell überzeugt.

Wie hilflose Reiter, die nicht wissen, wie man ein Pferd richtig "bedient", erleben viele im Vertrieb Tätige die Probleme klassischer Ansätze: Wie knüpfe ich den Kontakt zu neuen Kunden, ohne zu nerven (Wir alle kennen störende Kaltakquiseanrufe und uneffektive Mailings)? Wie gewinne ich Vertrauen? Wie lasse ich Interessenten Begeisterung erleben, ohne gleichzeitig Druck auszuüben? Wie begleite ich Kunden durch Entscheidungsprozesse?

Aussicht auf Hilfe bot der eigentlich für therapeutische Anwendung gedachte Ansatz NLP. Schnell erkannten Verkäufer das NLP als hochwirksames Manipulationsinstrument, und wandten es so an. Vielfach wandelten sich jedoch beeindruckende Anfangserfolge schnell ins Gegenteil: Wachten derart "bediente" Kunden aus ihrer Trance auf, wurden Verträge storniert und Entscheidungen wieder rückgängig gemacht. In der Therapie nach bewusster Entscheidung des Klienten ausdrücklich erlaubt, wurde die NLP-Anwendung im Verkauf für die Kunden nicht transparent praktiziert – ein klarer Widerspruch zu den Grundprinzipien des Kundenflüsterns (siehe Infokasten)!

Alles Wichtige für Schnell-Leser:

- "Kundenflüstern" ist eine faire, alternative und vielfach praxisgetestete Methode für Vertrieb & Marketing
- Die Grundprinzipien lauten: Einstellung des Verkäufers als "Entscheidungsgeburts helfer" und Einkaufsberater des Kunden, Join-UP: Entspannter Rapport zwischen Kunde und Verkäufer, Ehrlichkeit, Natürlichkeit, Wahrhaftigkeit und Qualität
- "Haken" der Methode: Taugt nicht als "trendige Masche"

Auf der Suche nach dem richtigen Weg pendeln Verkäufer ähnlich wie bei Erziehungsstilen auf der gesamten Skala der Möglichkeiten: Autoritär kontra Antiautoritär? Waldorf kontra „Solange Du Deine Füße unter meinen Tisch ...?“ „Entweder – oder“ führt hier nicht zum optimalen Weg! Der Mix aus Einfühlung kombiniert mit eindeutigen Botschaften und konsequenter Einhaltung von Regeln – jeweils zum richtigen Zeitpunkt eingesetzt - bringt den Erfolg.

Die Grundlagen

Pferdeflüstern basiert auf dem Wissen über Pferde, das als Ergebnis von Beobachtung und Einfühlung jedem zur Verfügung steht, der sich Zeit dafür nimmt. Genau so ist es beim „Kundenflüstern“, hier sind die Kunden Objekt der Betrachtung und Einfühlung. Es gilt herauszufinden, wie die Kommunikation zwischen dem Verkäufer in der Rolle eines Einkaufsberaters und dem Kunden als voll respektiertem Gesprächspartners fair und optimal gestaltet werden kann. Die Erkenntnisse wurden durch Befragung und durch tatsächlich durchgeführte und simulierte Augenkameratests gewonnen, wobei gerade auch die im Alltag unbewussten Gefühle und Motive berücksichtigt wurden.



Die Grundprinzipien des "Kundenflüsterns"

Einfache Fragestellungen führen schnell zum gewünschten Ziel will man Pferde und Kunden besser verstehen:

- Wie "denkt" ein Pferd, was erwartet es von seinem menschlichen (Sport-)Partner? Welche "Fragen" stellt sich das Pferd? Welche Entscheidungsprozesse spielen sich in der Kommunikation ab? Welche Impulse lösen welche Handlungen aus?
- Wie wünscht sich der Kunde die Ansprache? Welche Fragen gehen ihm – bewusst und unbewusst - durch den Kopf, wenn ein Verkaufsimpuls ihn erreicht?

Während Pferde als Herdentiere instinktiv handeln, weitgehend über Körpersprache kommunizieren, steht uns Menschen zusätzlich Sprache und der Einsatz der Intelligenz zum Abwägen von Entscheidungen zur Verfügung. Unbewusste Gefühle, Bewertungen und Motive können bewusst gemacht und neu bewertet werden.

Pferde "fragen" sich: Übernimmt das potentielle Raubtier Mensch als Ersatz-Leitstute die Rolle, mich vor Gefahren zu bewahren, kann ich vertrauen? Oder nehme ich selbst besser diese Rolle ein und bringe mich durch Buckeln, Schlagen, Treten und Beißen und Flüchten

in Sicherheit? Kunden stellen sich im Grunde ähnliche Fragen: Kann ich meinem Gegenüber vertrauen? Gibt mir der Verkäufer eine Orientierung in einem unüberschaubaren Angebots-Dschungel? Hilft er bei der Auswahl der passenden Lösungen oder ist es besser, abzulehnen? Auch Kunden praktizieren ja eine Art "Fluchttier-Verhalten": Wenn das innere Konzert aus Gedanken, Gefühlen und Motiven kein klares Bild ergibt, dann zieht man sich mit „Ich muss mir das Ganze noch mal überlegen, ich melde mich dann...“ aus der Affäre.

Kundenflüstern in der Praxis

Kundenflüstern wirkt sich auf alle Puzzlesteinchen aus, die im Verkaufsprozess richtig gelegt werden müssen, soll am Ende als Ergebnis das Bild eines Kunden entstehen, der mit gutem Gefühl gerne kauft. Genau wie bei einem Puzzle, wo es darauf ankommt, dass alle Teile an ihrem richtigem Platz liegen um das vollständige Bild zu zeigen, ist ein Verkaufsprozess erst dann erfolgreich, wenn alle Teildisziplinen optimal ausgefüllt werden. (Siehe Grafik „Vertriebspuzzle“)



Das Vertriebspuzzle – erst komplett, wenn alle Teile richtig liegen

Was verändert sich ganz praktisch, wenn Verkäufer anfangen, "Kundenzuflüstern"? Die Unterschiede erleben sowohl Verkäufer wie Kunden – äußerlich im Verhalten wie auch in der Innenschau der wahrgenommenen Gefühle. Ein gutes Beispiel: Die Neukundengewinnung, gern als Kaltakquise bezeichnet. Herkömmlich durchgeführt ist sie bei Kunden wie Verkäufern eher unbeliebt, oft entscheidender Erfolgsverhinderer, weil gar nicht oder unprofessionell praktiziert. Das Kennenlernen eines wildfremden Menschen ist naturgemäß mit Lampenfieber verbunden. Es ist halt spannend, herauszufinden, ob sich eine "gute Chemie" aufbauen lässt. Anstatt sich als Verkäufer nun zu verstellen und so zu tun, als ob einem das überhaupt nichts ausmacht und dadurch auch beim Kunden für Verspannungen zu sorgen, macht der Kundenflüsterer diese Situation transparent zum Thema. Ein ungewöhnlicher Mailingtext für die Neukundengewinnung mit der Schlagzeile „Wir können (fast) alles, außer Kaltakquise!“ (in Anlehnung an den Baden-Württembergischen Slogan: „Wir können alles, außer Hochdeutsch“) erfreut sich seit Jahren großer Beliebtheit – gerade bei Fachleuten, die zwar dank ihrer Einstellung und profunder Fachkenntnis ihren Kunden großen Nutzen bringen könnten, sich aber mit der Neukundengewinnung schwer tun.

Der Haken an der Sache

Auch das Kundenflüstern hat einen Haken: Diese Methode funktioniert nur, wenn sie ehrlich gemeint sind. Als "trendige Masche" taugt der Ansatz nichts – wie Pferde spüren auch Kunden, wenn man sie verschaukeln will – früher oder später!

Vertiefende Erkenntnisse in diesen Ansatz und viele weitere Praxisbeispiele verschafft das im Sommer erscheinende Buch "Mit Kundenflüstern" einfach erfolgreich verkaufen!"

AUTOR

Michael P. Klotz

ist Inhaber der Unternehmensberatung Michael P. Klotz • Kompetenz in Kommunikation (Wetter/Ruhr). Als "etwas anderer" Berater, Trainer und Begleiter hilft er mit neuen Ansätzen in Marketing, Vertrieb und Führung vorrangig Unternehmen aus der IT-Branche und der Finanzdienstleistung, Spezialgebiet: Aufbau und Förderung indirekter Vertriebssysteme. → www.kundenfluestern.de

m.p.klotz@kundenfluestern.de

