

## **Strategien und Methoden, mit denen Sie ihre Argumentation an die Persönlichkeitsstruktur des Kunden anpassen können**

Liebe Leser,

im Monats Blog Januar wurde eine Situation zwischen einem Verkäufer mit der Nähe-Wechsel-Tendenz und einem Käufer mit Dauer-Distanz-Tendenz beschrieben.

Mit dem heutigen Blog filetieren wir das Verkaufsgespräch und sehen uns die beiden Persönlichkeiten genauer an. Das Verkaufsgespräch verlief für beide Seiten unbefriedigend. Eine lange Kundenbindung schließt ja nicht aus, dass der Verkauf immer auf demselben Niveau oder derselben Basis erfolgen muss. In diesem Fall hat der Käufer seine Dauer-Distanz-Tendenz voll zum Einsatz gebracht und den Verkäufer dadurch aus dem Konzept. Beide befanden sich in einer Spannung zueinander. Je mehr Nähe durch den Verkäufer gesucht wurde, umso weiter entfernte sich der Käufer. Stellen Sie sich vor, Sie sind der Verkäufer. Sie haben eine Analyse durchgeführt und dadurch einen Bedarf ermittelt.

Einstieg in das Gespräch erfolgt durch Sie. Mit Ihrer Nähe-Tendenz stellen Sie den Kontakt zuerst her. Ihr Bedürfnis ist von Anfang an für Harmonie zu sorgen. Der Gesprächseinstieg erfolgt mit einem lockeren Small Talk und zieht sich in die Länge, da Ihnen hie und da wieder eine Situation einfällt, die Sie unbedingt loswerden wollen. Ob es den Gesprächspartner interessiert oder nicht.

Je nach Ausdauer und Toleranz lässt es der Gesprächspartner zu oder teilt Ihnen sehr schnell mit, dass Sie endlich zum Thema kommen sollen. Kunden mit einer Dauer-Distanz-Tendenz bilden sehr rasch eine persönliche Meinung über ihren Gesprächspartner. Diese Meinung teilen sie in einer sehr direkten Art und Weise mit. Sehr sachlich und ohne Emotionen. Es fühlt sich eher wie eine Keule an, herablassend und kühl, die sehr schnell zu einem Konflikt führen kann.

Sie tun als Verkäufer gut daran, sachlich und freundlich zu bleiben, ohne emotional auszubrechen.

Sie können nur verlieren. Ab diesem Zeitpunkt hat sich bereits eine Schlinge um ihren Hals gelegt.

Nehmen Sie eine gelassene Haltung ein und konzentrieren Sie sich auf die Sachebene, konfliktfrei. Nennen Sie nur noch Zahlen-Daten-Fakten. So können Sie den Kunden von Ihrer Kompetenz überzeugen. Liefern Sie die Qualität, die der Kunde benötigt.

Nehmen Sie den Kontakt zum Kunden durch überlegtes Nachfragen wieder auf.

Dauer-Distanz-Menschen sehen zwischenmenschliche Probleme eher als Kinderkram an und scheuen auch keinen Konflikt um ihre Meinung durchzusetzen. Überschreiten dabei gerne auch Grenzen, was aussieht wie ein abgleiten in die Beziehungsebene, was es aber nicht ist. Hierin liegt die Falle!

Nehmen Sie den Kunden mit seinem Anliegen ernst. Wiederholen Sie das Gesagte vom Kunden, um auch sicherzustellen, dass Sie ihn richtig Verstanden haben. Ob Sie zu diesem Zeitpunkt mit der Situation einverstanden sind, ist in diesem Moment keine Voraussetzung. Es geht einzig und allein um das Verstehen. Dass der Kunde respektiert wird.

Ab jetzt können Sie Ihre eigene Wahrnehmung und Einstellung zum Konflikt geben. Wie Sie sich gefühlt haben und was es in ihnen verursacht hat. Am ehesten geeignet ist eine „Ich-Botschaft“ zu senden, in der Sie implizit auf Ihre inneren Gefühle hinweisen. Bspw. „Ich fand es sehr verletzend, das ...“

Vermeiden Sie eine „Du-Botschaft“. Denn dadurch kann es wieder zu einer Retourkutsche kommen und der Konflikt geht von neuem los. Bspw. „Es ist wieder typisch, dass ich es Ihnen nie recht machen kann, weil Sie....“

VORSICHT! Nähe Menschen neigen sehr gerne dazu, alles persönlich zu nehmen und geraten dadurch in die Opferrolle.

Ich empfehle das Riemann-Thomann-Modell.

Mit dem Riemann-Thomann-Modell lässt sich ziemlich genau feststellen, welche Tendenzen ich habe und wo mein Heimatgebiet liegt. Empfehlenswert ist eine Eigenanalyse durchzuführen. Sei es als Fremd- oder Selbsteinschätzung. Wie dieses Modell eingesetzt wird, können Sie auch unter <http://kubis-service.de/STARTSEITE/Key4you-Persoenlichkeitsschluesel> nachlesen.

Für XING-Mitglieder biete ich vom 01.03. bis 31.03.2017 einen rabattierten Persönlichkeitsschlüssel an. Weitere Einzelheiten finden Sie auf meinem XING-Portal.

In dieser Reihe werde ich bis Dezember 2017 eine Auswahl zu den jeweiligen Tendenzen vorstellen.

In meinem nächsten Blog im März tauchen wir in die Beziehungsebene ab:  
Argumentationshilfen für jeden Kundentypen

Viel Freude beim lesen.

Alles Gute wünscht Ihnen ihr

Werner Gasser-Grape