



BERATER/VERMITTLER • SERVICE



Oliver Geisselhart

Mentale Gedächtnistechniken

Mehr verkaufen mit Verstand

Gerade im Verkauf haben Sie mit einem perfekten Gedächtnis wesentlich mehr Erfolg. Wie Sie sich Kundennamen, Gesichter, Daten und Fakten zur Person erfolgreich, sicher und schnell merken können, konnten Sie bereits in **Cash** 7-8/2005 lesen.

Mit der Geisselhart-Methode lernen Sie heute, wie Sie Kundennutzen, Argumente, Einwandbehandlungen, ja ganze Verkaufsgespräche mühelos abspeichern können. Dadurch sind Sie in der Lage, sich voll auf den Kunden zu konzentrieren, Prozesse des beschwerlichen Nachdenkens fallen weg.

Verlegenheitssprüche gehören damit der Vergangenheit an. Sie werden in die Lage versetzt, das Verkaufsgespräch in die von Ihnen gewünschte Richtung zu lenken.

Wenn Sie den Artikel in der Ausgabe 7/8 gelesen haben, wissen Sie es be-

reits: Jeder gesunde Mensch besitzt von Natur aus ein phänomenales Gedächtnis. Die wenigsten aber benutzen bzw. bedienen es richtig. Es ist, als ob Sie bei Ihrem Auto ständig mit angezogener Handbremse und nur in den ersten beiden Gängen fahren würden.

Das Kino im Kopf

Da unser Gehirn in Bildern denkt, bleiben uns Bilder besser in Erinnerung. Diese Fähigkeit unseres Gehirns nutzt die Geisselhart-Methode. Als Kinder dachten wir automatisch in Bildern. So ist es auch nicht verwunderlich, dass uns Kinder, bevor sie in die Schule gehen, beim Memory-Spiel haushoch überlegen sind.

Sämtliche Informationen, bei denen es Sinn macht, sich dieser in einer bestimmten Reihenfolge zu erinnern, merken Sie sich mit den Zahlensym-

bolden der Geisselhart-Methode. Diese sind leicht nachvollziehbar und sehr einfach zu behalten.

Wenn Sie sich ein bestimmtes Argument an dritter Stelle merken möchten, so verknüpfen Sie dieses Argument mit dem dafür vorgesehenen Symbol: Der Dreizack steht für die Zahl Drei. Wenn die Verknüpfung gut war, müsste Ihnen, wenn Sie an den Dreizack denken, sofort auch wieder das damit verknüpfte Argument einfallen.

Verknüpfung mit Symbolen

Die Symbole sind quasi unser „Ordnungssystem fürs Gehirn“. Benutzen Sie es wie einen Schrank. Wenn Sie in Ihrem Büro etwas Bestimmtes suchen, schauen Sie im Normalfall dort nach, wo es gewöhnlich abgelegt wird. Nur im Hirn haben wir eine solche Ablage nicht oder besser gesagt, hatten wir nicht. Klar ist, dass Sie die Symbole sicher draufhaben sollten.

So erklären sich die Symbole

- Die **Null** sieht von der Form her aus wie ein **EI**
- Die **Eins** wird versinnbildlicht durch eine **Kerze**
- Der **Schwan** erinnert an die **Zwei**
- Der **Dreizack** hat **drei** Zacken
- Das **Kleeblatt** besitzt **vier** Blätter
- Die **Hand** hat **fünf** Finger
- Der **Rüssel** des Elefanten sieht aus wie die **Sechs**
- Eine **Fahne** erinnert von der Form her an eine **Sieben**
- Die **Acht** ist in der **Sanduhr** wiederzuerkennen
- Eine **Schlange** ringelt sich zur **Neun**
- Golfschläger mit Ball** stehen für die **Zehn**

Gehen Sie doch jetzt gleich einmal die Symbole im Geiste durch. Sie werden feststellen, dass Sie fast alle schaffen. Die Null ist nur der Vollständigkeit halber mit dabei. Keine Liste beginnt mit Null. Dafür brauchen wir die Null nicht. Wenn Sie sich aber Zahlen oder Zahlenreihen, also Telefon-, PIN- oder Geheimnummern merken müssen, brauchen Sie auch die Null.

Wie funktioniert die Methode, um sich Argumente und Produktvorteile im Verkaufsgespräch zu merken? Stellen Sie sich vor, Sie wollen sechs Vorteile für eine betriebliche Altersversorgung im Kopf haben, damit Sie sicher und souverän im Verkaufsgespräch argumentieren können.

Cash 10/2005

BERATER/VERMITTLER • SERVICE

bAV als Praxisbeispiel

Beispielsweise möchten Sie folgende sechs Vorteile für eine betriebliche Altersversorgung parat haben:

1. Ersparnisse für den Arbeitnehmer
2. Bindung des Arbeitnehmers an die Firma
3. Hohe Rendite
4. Stornosicherheit
5. Attraktive Lohngestaltung
6. Ersparnisse für den Arbeitgeber

Diese Punkte verknüpfen wir nun mit den Zahlensymbolen. Auch wenn Ihnen dies etwas merkwürdig vorkommen mag, machen Sie es einfach mit. Sie werden verblüfft sein von Ihrer eigenen Leistung. Denn je absurder und unsinniger diese Verknüpfungsbilder sind, desto besser bleiben diese in Ihrem Gedächtnis.

Stellen Sie sich die nun folgenden bildhaften Szenen mit allen möglichen Sinnen vor und entwickeln Sie dazu auch Gefühle. Das innere Sehen der Geschichten ist von innerer Wichtigkeit. Sehen Sie deshalb die Filmchen so detailgetreu und echt, wie Ihnen dies möglich ist.

1. Sehen Sie bitte vor Ihrem geistigen Auge, wie ein Arbeitnehmer – vielleicht im „Blaumann“ – ein Bündel Geldscheine mit einer **Kerze** beleuchtet. Nun nimmt er die Kerze und beträufelt das ganze gesparte Geld mit Wachs. Nun sind alle **Ersparnisse des Arbeitnehmers** fest mit dem Wachs der Kerze zusammengeklebt.

2. Stellen Sie sich bitte so plastisch wie möglich vor, wie ein **Schwan** den eben beschriebenen Arbeitnehmer im Blaumann an die Firma bindet. Der Schwan nimmt dazu ein langes dickes Seil und bindet den Arbeitnehmer am Eingang der Firma fest. Das ist echte **Bindung des Arbeitnehmers** an die Firma.

3. Als Bild für die **hohe Rendite** sehen Sie bitte ein Börsendiagramm. Darauf ist der Kursverlauf deutlich nach oben erkennbar. Fast senkrecht steigt der Kurs an, so hohe Renditen sind das. Sie spießen das Diagramm mit dem **Dreizack** auf, um jedem zu zeigen, welche hohe Renditen eine betriebliche Altersvorsorge bringt.

4. Die **Stornosicherheit** stellen Sie sich so vor: Jeder Kunde wird **auf Klee gebettet**. Da liegt er so be-

quem und faul, da steht keiner mehr auf und storniert. Als Anerkennung für die hohe Stornosicherheit erhält der Kunde obendrein noch das goldene vierblättrige Kleeblatt.

5. Als Bild für **attraktive Lohngestaltung** sehen Sie, wie sich jemand vor einem Spiegel attraktiv macht. **Mit der Hand** streicht sich diese Person durchs Haar. Dann steckt sich die Person noch ein paar **Geldscheine von ihrem Lohn** in die Haare. Dadurch gestaltet sich die Person noch attraktiver. Zum Schluss streicht sie sich mit der Hand über das ganze Werk und findet sich äußerst attraktiv.

6. Die **Ersparnisse für den Arbeitgeber** sind so groß, dass sie von **Elefanten** transportiert werden müssen. Der Arbeitgeber, klassisch mit dicker Zigarre, lässt sich seine Ersparnisse in großen Geldkoffern von Elefanten ins Büro tragen.

Sehen Sie sich nun bitte die Zahlensymbole an und Sie werden erstaunt sein, wie leicht Sie sich an diese sechs Vorteile erinnern können. In diesem Stil können Sie weitere Argumente für die bAV phantasievoll mit den übrigen Symbolen für die Zahlen Sieben bis Zehn verknüpfen.

Wenn Sie also in Zukunft ähnliches im Kopf parat haben müssen, wissen Sie, was zu tun ist. Sie nummerieren die Informationen einfach durch und verknüpfen, auf möglichst kuriose Art und Weise, die einzelnen Infos mit dem entsprechenden Zahlensymbol.

Einwandbehandlung erleichtern

Nach einem sehr ähnlichen Schema speichern wir auch die Entkräftungen für zu erwartende Einwände im Verkaufsgespräch ab. Nur sind dafür nicht mehr die Zahlensymbole notwendig. Sie wissen ja nicht, wann Ihr Kunde welchen Einwand bringt. Deshalb macht es keinen Sinn, diese zu nummerieren. Vielmehr sollte Ihnen genau dann, wenn Ihr Kunde einen Einwand formuliert, eine aussagekräftige Entgegnung einfallen.

Wenn Ihr Kunde also beispielsweise bei einer telefonischen Akquisition den **Fink'schen „Prospekteinwand“** bringt, Sie also bittet, ihm Prospekte zu zusenden, könnten Sie antworten: „Sehr gerne Herr/Frau Kunde, unsere Prospekte sind in der Regel **1,80 Meter groß, blond, links gescheitelt**, wann darf unser Mitarbeiter kommen?“ Ob Sie dies wirklich sagen wollen, bleibt Ih-

nen überlassen. Mit einem kleinen ironischen Unterton haben Sie allerdings sicher einen Lacher auf Ihrer Seite.

Oder ein Kunde sagt, **er hätte keine Zeit** und seine Zeit wäre so sehr teuer. Darauf wollten Sie eventuell entgegnen: „Genau deshalb sollten Sie 20 Minuten Zeit investieren und erfahren, **wie Sie 2.000 Euro sparen können**.“ Wichtig dabei ist das Vorgehen des Abspeicherns: Wieder werden zwei Bilder miteinander verknüpft. Wieder auf möglichst absurde, merkwürdige Art und Weise.

Phantasievoll Bilder suchen

In unserem Beispiel wollen Sie also dass Ihnen die Antwort in dem Moment einfällt, wenn Ihr Kunde den Einwand bringt. Nun nehmen Sie das **Bild eines Prospektes** und verknüpfen dieses mit einem **ca. 1,80 Meter großen, blonden, linksgescheitelten Berater**. Dieser könnte den Prospekt auf dem Kopf balancieren. Sieht doch ziemlich merkwürdig aus, finden Sie nicht auch?

Dadurch müssen Sie nun sofort und immer wenn Sie Prospekt hören an den Berater denken. Ohne Fleiß kein Preis. Etwas trainieren müssen Sie selbstverständlich. Am besten durch Anwendung: Machen Sie doch einmal für Ihre wichtigsten Produkte je eine Vorteilsliste. Diese nummerieren Sie durch und speichern sie sich mit den vorgenannten Symbolen sicher ab.

Auch Ihre häufigsten Einwände sollten Sie einmal notieren. Dann lassen Sie sich gute Entgegnungen einfallen. Fragen Sie dazu bitte auch Kollegen und ganz wichtig: auch Unbeteiligte. Die geben oft sehr gute Tipps, weil sie mehr Distanz haben. Dann geht es wieder ans Verbildern und Verknüpfen. Das heißt, Sie verknüpfen nun das Bild eines jeden Einwands mit dem oder auch den Entkräftungen.

So gewappnet, können Sie sicher sein, werden Sie im Verkaufsallday noch erfolgreicher. Auch wird Ihr Selbstbewusstsein ein Stück wachsen. Ihnen wird nämlich auf einmal bewusst, dass noch viel mehr in Ihnen steckt, als Sie bisher geahnt haben. Den ersten Schritt haben Sie damit getan.

Internet: www.teamgeisselhart.de

ZUM AUTOR

Oliver Geisselhart ist gefragter Gedächtnis- und Mentaltrainer für Verkaufs- und Führungskräfte. Von der Team-Europa-Akademie wurde er zum „Gedächtnistrainer des Jahres 2000“ gekürt.