

EIN GUTES GEDÄCHTNIS MACHT SYMPATHISCH – UND ENTSPRECHEND ERFOLGREICH

# Verkaufen mit dem Kopf

Bozen – Wer den Kunden mit Namen anspricht und ihn vielleicht sogar damit überrascht, sich noch bestens an das letzte Gespräch zu erinnern, gibt dem Kunden das Gefühl, mehr als nur eine Nummer zu sein. Das macht sympathisch. Ein gutes Gedächtnis ist im Geschäftsleben Gold wert – und es lässt sich mit einem recht einfachen Trick trainieren (siehe auch Kasten).

**Das perfekte Gedächtnis** – Stellen Sie sich vor, Sie treffen völlig unvorbereitet einen Kunden, der Sie herzlich, mit Ihrem Namen, begrüßt. Sie wissen ebenfalls seinen Namen. Sogar an das letzte Verkaufsgespräch mit ihm können Sie sich bis ins Detail erinnern. Als Sie nach seinem letzten Urlaub, den Kindern und seinem Hobby fragen, ist der Kunde nicht erstaunt, dass Sie alles im Kopf haben, er ist es von Ihnen gewohnt. Darum kauft er bei Ihnen.

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.

**Vorteile im Verkauf** – Gerade im Verkauf haben Sie mit einem perfekten Gedächtnis wesentlich mehr Erfolg. Mit der „Geisselhart-Methode“ lernen Sie, wie Sie Kundennutzen, Argumente, Einwandbehandlungen, Kundennamen, Gesichter, Daten und Fakten zur Person, ja ganze Verkaufsgespräche mühelos abspeichern können.

Damit können Sie sich im positiven Sinne von Ihren Mitarbeitern unterscheiden. Denn die Produkte werden immer vergleichbarer. Deshalb: Unterscheiden Sie sich, fallen Sie positiv auf und bauen Sie eine persönliche Beziehung auf, so dass Ihr Kunde auch wirklich nur bei Ihnen kauft.

Die erste und zugleich schwierigste Herausforderung im erfolgreichen Verkauf ist es, das Vertrauen des potenziellen Kunden zu gewinnen. Er muss zuallererst einmal Sie kaufen. Vorher läuft gar nichts. Es sei denn, Ihr Produkt ist unschlagbar gut, absolut günstig (also eigentlich zu günstig) und nirgendwo sonst zu bekommen. Dieser Fall dürfte sehr, sehr selten sein.

**Sympathie gewinnt** – Wie aber gewinnen Sie die Sympathie des Kunden? Ist Ihnen etwa jemand sympathisch, der sich nicht für Sie interessiert? Nein? Aha. Sie müssen dem Kunden erst einmal zeigen, dass er die wichtigste Person für Sie ist. Nun, das ist einfach, wenn Sie die richtigen Fragen stellen und zuhören können. Und sich die



Oliver Geisselhart

ganzen Informationen auch noch merken können.

Wann hat der Kunde Vertrauen zu Ihnen? Wenn er Sie als Fachmann erlebt. Wenn Sie was von Ihrem Geschäft und von seinen Bedürfnissen, Wünschen und Zielen verstehen. Das Ganze hört sich nach ganz schön viel Informationen an, die Sie als Fachmann mit der richtigen Technik natürlich alle im Kopf haben. Das beeindruckt im positiven Sinne und verschafft Ihnen den Vorsprung vor Ihren Mitbewerbern, den Sie brauchen, um den Kunden zu überzeugen, dass er bei Ihnen in den besten Händen ist.

**Ein kleiner Einstiegstest** – Machen Sie doch einmal einen kleinen Test, um zu checken, wie gut Ihr Erinnerungsvermögen ist. Bitte lesen Sie sich die folgenden Gegenstände einmal durch. Dann schreiben Sie die, an die Sie sich noch erinnern können auf, ohne zu spicken und wenn möglich in der richtigen Reihenfolge:

Computer, Badetuch, Schreibtisch, Getriebe, Lexikon, Aktenordner, Thermometer, Pappkarton, Fenster, Säule, Musikkassette, Fotoapparat.

Rekapitulieren Sie jetzt bitte die Liste. Wie viel wissen Sie noch? Es ging los mit Computer. Die meisten meiner Seminarteilnehmer liegen bei einem solchen Test bei ca. fünf bis sieben Gegenständen. Es könnten aber viel mehr sein.

**Unser Gehirn denkt in Bildern** – Da unser Gehirn in Bildern denkt und Bilder auf der Großhirnrinde (dort werden Informationen gespeichert) einen größeren Platz einnehmen als einfache Worte, bleiben uns Bilder besser in Erinnerung. 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.

Also kreieren Sie sich Ihren „Film“. Diesen brauchen Sie dann lediglich in Ihrem „Kopf-Kino“ anzuschauen und Sie werden feststellen, dass Sie (fast) alle Gegenstände spielend leicht aufzählen können. Sogar in der richtigen Reihenfolge. Mit etwas Training wird dieses „Visualisieren“ immer besser und besser.

Ein kleiner Test zur Fortschrittsmessung: Straßenbahn, Mineralwasserflasche, Filzstift, Diskette, Koffer, Telefon, Deckenbeleuchtung, Ersatzrad, Regal, Buch, Autobahndreieck, Geldbörse.

Stellen Sie sich eine Straßenbahn vor. Sehen Sie in Ihrem „Kopf-Kino“ also eine Straßenbahn. Als nächstes stellen Sie sich bitte eine Mineralwasserflasche vor. Jetzt verknüpfen Sie die beiden Gegenstände auf völlig absurde Art und Weise, denn: je absurder, desto besser erinnern Sie sich daran.

Stellen Sie sich also vor, wie Sie in die Straßenbahn einsteigen möchten und als die Tür aufgeht, kommt Ihnen eine Flut Mineralwasser entgegen. Fix beschriften Sie mit Ihrem wasserfesten Filzstift die Diskette, legen sie dann behutsam in Ihren Koffer und steigen ein. Kaum haben Sie sich gesetzt, klingelt Ihr Telefon. Und so können Sie Ihre Geschichte weiterspinnen.

Nun testen Sie wieder, wie viel Sie noch erinnern, indem Sie einfach die Geschichte nochmals im Geiste ablaufen sehen und die entsprechenden Gegenstände aufschreiben.

Haben Sie sich gesteigert im Vergleich zur ersten Übung? Vielleicht haben Sie sogar (fast) alle Gegenstände wieder gewusst? Toll, nicht wahr?

**Namen und Gesichter merken** – Mit dieser Grundtechnik können wir nun weiter üben. Das Ganze funktioniert auch mit Namen und Gesichtern, Vokabeln, Fachbegriffen, Zahlen, Texten, Daten, Fakten usw.

So merken Sie sich Namen und Gesichter:

► Namen deutlich hören (und wiederholen): Meistens liegt der Fehler schon hier. Denn wir hören oft nicht richtig hin, wenn uns jemand vorgestellt wird.

► Namen „verbildern“: Die beste Methode, sich Namen sowie alles Wissenswerte zu merken, ist, sie sich als Bilder vorzustellen.

► Person, Gesicht, evtl. auffällige Merkmale beachten: Je genauer Sie hinschauen, desto genauer können Sie sich die Person wieder als Bild im Geiste entstehen lassen.

► Bild des Namens mit Bild der Person, dem Gesicht oder auffälligen Merkmal verknüpfen:

Nun werden auf möglichst lustige Art und Weise die beiden Bilder (das des Namens und das der Person) miteinander verknüpft.

Die Verknüpfung bleibt Ihr Geheimnis. In jedem Fall gilt: egal wie absurd Ihnen eine Verknüpfung erscheinen mag, wenn Sie sich wieder an den

Namen der betreffenden Person erinnern, ist sie gut.

**Kundendaten merken** – Vor allem die kleinen Dinge, die Sie so nebenbei von Ihren Kunden erfahren, sind Ihnen oft später einmal von Nutzen: Wenn Sie noch wissen, wer in der Firma Huber & Co. der maßgebliche Entscheidungsträger ist, den Sie zusammen mit Ihrem Ansprechpartner von dem neuen Produkt überzeugen müssen, dann ist dies für Sie eine Information von unschätzbarem Wert. Doch nicht nur die betrieblichen Fakten sind es, die Ihnen Vorteile verschaffen: Herr Huber erwähnt das bevorstehende Wochenende, und Sie können ihm beiläufig einen „guten Fang“ wünschen, weil Sie noch genau wissen, dass er regelmäßig zum Angeln geht – er wird mit Sicherheit positiv überrascht sein. Und wenn Ihnen zum richtigen Zeitpunkt wieder einfällt, dass die Gattin des Herrn Berger mit Begeisterung bayerische Weißwürste isst, dann bringen Sie ihr beim nächsten Besuch zwei Paar mit – und Sie werden auf einfachste Weise ihre Sympathie erringen. ■

Oliver Geisselhart

## Gedächtnistraining

Bozen (SWZ) – „Verkaufserfolg beginnt im Kopf“ nennt sich ein Seminar mit Oliver Geisselhart am 12. März im Gasthof Eberle in Bozen. Geisselhart gilt als einer der erfolgreichsten Gedächtnis- und Mentaltrainer Europas und kommt auf Einladung des WIFI der Handelskammer Bozen nach Bozen, um den Seminarteilnehmern seine Gedächtnistrainings-Methode beizubringen. Der Hintergrund: Ein gutes Gedächtnis kann vor allem im Verkauf – und nicht nur dort – erfolgreich eingesetzt werden (siehe dazu beigestellten Fachartikel von Geisselhart).

Das Seminar dauert von 14 bis 18 Uhr. Informationen und Anmeldungen: Telefon 0471-945 666, E-Mail [wifi@hk-cciaa.bz.it](mailto:wifi@hk-cciaa.bz.it), Internet [www.wifi.bz.it](http://www.wifi.bz.it).