

Gedächtnis-Power für Verkäufer

Verkaufserfolg beginnt im Kopf!

von Dipl.-Betriebswirt Oliver Geisselhart (BDVT), Dortmund

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.

Stellen Sie sich weiter vor, Ihr Gedächtnis hilft Ihnen auch in der direkten Verhandlung. Sie haben ständige alle Argumente parat, wissen auf jeden Einwand mehrere Antworten; nur an den letzten Blackout können Sie sich nicht mehr erinnern, zu lange ist es her.

So etwas ist kein Zufall? Das funktioniert bei jedem Kunden?

Im Verkauf unersetzlich: ein gutes Gedächtnis

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. Dadurch sind Sie in der Lage, sich voll auf den Kunden zu konzentrieren. Prozesse des Überlegens und Nachdenkens fallen weg. Verlegenheitsprüche gehören der Vergangenheit an.

Sie werden in die Lage versetzt, das Verkaufsgespräch in die von

Ihnen gewünschte Richtung zu lenken.

Ganz nebenbei erhöhen Sie Ihre Mental-Power, Vorstellungskraft, Konzentration und Kreativität. Diese Fähigkeiten sind im erfolgreichen Verkauf unersetzlich. Sie merken sich spielend leicht sämtliche Einzelheiten, die rund um das Verkaufsgespräch von Bedeutung sind. Damit knüpfen Sie die Beziehungsbande, auf die es heutzutage im Verkauf ankommt. Denn die Produkte werden immer vergleichbarer, deshalb: Unterscheiden Sie sich im positiven Sinne von Ihren Mitbewerbern, fallen Sie positiv auf und bauen Sie eine persönliche Beziehung auf, sodass Ihr Kunde auch wirklich nur bei Ihnen kauft.

Sie besitzen bereits ein perfektes Gedächtnis

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. Kein Mensch würde so etwas machen, weil es alle in der Fahrschule richtig gelernt haben. Na ja, vielleicht nicht wirklich alle. Sein eigenes Gehirn richtig zu benutzen, wurde uns hingegen nicht beigebracht. Schon gleich gar nicht in der Schule. Dabei ist es einfach.

Durch die „Geisselhart-Methode des Gedächtnis- und Mentaltrainings“ lernen Sie, wie Sie

Ihre Gedächtnisleistung um ein Vielfaches steigern.

Sympathie und Vertrauen aufbauen

Die erste und zugleich schwierigste Herausforderung im erfolgreichen Verkauf ist es, das Vertrauen des potentiellen Kunden zu gewinnen. Er muss zuallererst einmal Sie kaufen. Vorher läuft gar nichts. Na gut, es sei denn, Ihr Produkt ist unschlagbar gut, absolut günstig (also zu günstig) und nirgends sonst wo zu bekommen. Dieser Fall dürfte sehr, sehr selten sein. Was liegt nun also näher, als die Sympathie des Kunden zu gewinnen und im zweiten Schritt sein Vertrauen?

Wie aber gewinnen Sie die Sympathie des Kunden? Nun ist Ihnen 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,

zuhören können und, ja, ja: Und sich die ganzen Informationen auch noch merken können.



Wann hat der Kunde Vertrauen zu Ihnen? Richtig, 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.

Kino im Kopf

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

Fortsetzung auf Seite 4

So funktioniert Ihr Gehirn


<p>Linke Seite: Verstand</p>	<p>Rechte Seite: Kreativität</p>
	
<p>Logisches Denken Sprache Bewusstsein Analyse Detailblick Arbeitet Schritt für Schritt Wird überfordert</p>	<p>Fantasie Bilder Unterbewusstsein Synthese Ganzheitsschau Arbeitet simultan Wird vernachlässigt</p>

...und so Ihr Gedächtnis

Langzeitgedächtnis
Info wird verknüpft
Speicherung lebenslang
Info ist da, aber oft nicht auffindbar

Kurzzeitgedächtnis
Zweiter Check
Schutz vor zu viel Info
Speicherung von ca. 20 Sek. bis ca. 20 Min.

Ultrakurzzeitgedächtnis
Erster Check
Arbeitspeicher für Soforthandlungen
Speicherung für nur ca. 20 Sekunden



Fortsetzung von Seite ! „Verkaufserfolg beginnt im Kopf“

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 Memoryspiel haushoch überlegen sind.

So merken Sie sich Argumente, Vorteile usw. für Verhandlungen und Verkaufsgespräche

Stellen Sie sich vor, Sie wollen einem Interessenten einen bestimmten Gebrauchtwagen verkaufen; das fragliche Auto hat die folgenden Eigenschaften:

1. einen starken Motor
2. trotzdem einen niedrigen Benzinverbrauch
3. eine große Heckklappe
4. genügend Platz im Innenraum
5. es ist scheckheftgepflegt
6. und hat viele Extras wie Airbag, Servolenkung, ABS
7. das Radio mit Navigation ist im Preis inbegriffen
8. ebenso wie vier noch sehr gut erhaltene Winterräder

Diese Punkte verknüpfen wir nun mit den Zahlensymbolen. Auch wenn Ihnen dies jetzt gleich etwas komisch vorkommen mag, machen Sie es einfach einmal mit. Sie werden verblüfft sein von Ihrer Leistung. Stellen Sie sich die nun folgenden bildhaften Szenen mit allen möglichen Sinnen vor: Sehen Sie die Fahne an der Antenne im Wind flattern, riechen Sie die Erde des kleinen Glücksklee-Beetes im Innern des Autos, hören Sie den Elefanten im Urwald tröten und so weiter, und Ihre Bilder werden so lebhaft und einprägsam, dass Sie sich an jedes einzelnen von ihnen leicht erinnern. Und: Sie werden zunehmend Spaß daran haben, mit dieser Methode von Tag zu Tag in Ihrem Auftreten noch sicherer zu werden und somit auch an Ausstrahlung und Persönlichkeit zu gewinnen.

1. Den starken Motor schauen wir uns zusammen mit dem

Kunden an, und was ihm sofort auffällt, sind die beiden Kerzen aus Wachs, die den Motorraum beleuchten.

2. Der Zapfhahn der Tankstelle sieht aus wie ein Schwan. Lange brauchen wir damit nicht zu tanken, denn der Wagen ist ja sehr sparsam.
3. Damit die Heckklappe oben gut einrastet, ist im Kofferraum an der Seite ein Dreizack, der dann einfach dazwischen geklemmt werden kann.
4. Im Inneren des Autos ist so viel Platz, dass man ein Beet mit vierblättrigem Klee anlegen könnte.
5. Das Auto ist scheckheftgepflegt und hat vom Vorbesitzer regelmäßig „Streichel-einheiten“ bekommen – stellen Sie sich vor, wie er seinen Wagen mit der Hand täglich morgens und abends von oben bis unten gestreichelt, gewaschen, poliert hat...
6. Mit Airbag, Servo und ABS ausgestattet können Sie problemlos in den Urwald fahren und sogar einer Begegnung mit Elefanten gelassen entgegensetzen.
7. Damit Radio und Navi einwandfrei funktionieren, müssen Sie natürlich die Autoantenne ganz herausziehen; und Ihr kleiner Sohn hat sofort die Idee, an der Antenne seine Fahne zu befestigen.
8. In einer überdimensionalen Sanduhr rieseln anstelle von Sand winzige Winterräder durch das kleine Loch.

Sehen Sie sich nun bitte die Zahlensymbole an und Sie werden erstaunt sein, wie leicht Sie sich an die acht Punkte erinnern können.

So merken Sie sich Namen und Gesichter:

1. Namen deutlich hören (und wiederholen, dabei auf korrekte Aussprache und evtl. Schreibweise achten): Meistens liegt der Fehler schon hier. Denn wir hören oft nicht richtig hin, wenn uns jemand vorgestellt wird. Deshalb: Namen bewusst wiederholen und nachfragen, ob Sie den Namen korrekt ausspre-

chen bzw. richtig verstanden haben.

2. Namen „verbildern“:

Die beste Methode, sich Namen sowie alles Wissenswerte zu merken, ist, sie sich als Bilder vorzustellen. Wie das in der Praxis funktioniert, zeigen die Beispiele unten.

3. Person, Gesicht, evtl. auffällige Merkmale beachten:

Je genauer Sie hinschauen, desto genauer können Sie auch die Person wieder als Bild im Geiste entstehen lassen. Dies ist für Punkt 4 überaus wichtig.

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

Nun werden auf möglichst lustige Art und Weise die beiden Bilder (das des Namens und das der Person) miteinander verknüpft. Näheres wird aus den Beispielen weiter unten deutlich.

5. Die Verknüpfung bleibt Ihr Geheimnis!

Es kann vorkommen, dass sehr ungewöhnliche Verknüpfungen entstehen. Das ist durchaus gewollt, denn: je ungewöhnlicher, je merkwürdiger, desto besser erinnern Sie sich daran. Diese Bilder sind aber für die betreffende Person nicht immer lustig. Daher behalten Sie die Verknüpfungen lieber für sich. 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.

Praxisbeispiele:

Bei Tiernamen wie z.B. Wolf, Bär... stellen Sie sich die

betreffende Person z.B. mit einem Wolf im Arm vor.

Frau Fuchs verkriecht sich vielleicht gerade in ihren Fuchsbau. Berufsnamen wie z.B. Müller, Bauer... Herrn Müller stellen wir uns vor, wie er einen riesigen Mehlsack schleppt, oder wir stäuben ihn komplett mit Mehl ein. Herr Bauer fährt mit Trecker und Pflug durch die Gegend usw.

Namen, die aus zusammengesetzten, konkreten Begriffen bestehen, sind ebenfalls denkbar einfach zu „verbildern“.

Herr Kochendorf kocht für ein ganzes Dorf eine leckere Mahlzeit.

Frau Goldmund versprüht lauter Goldstücke, wenn sie den Mund aufmacht.

Namen, die eine leicht veränderte Schreibweise besitzen, sind auch kein Problem.

Herr Tanner sägt im Wald eine Tanne ab.

Frau Bardt stellen wir uns mit einem dicken Rauschebart vor.

Mit dieser Methode ist es absolut sichergestellt, dass Sie Ihre Kunden, egal wo Sie sie zufällig treffen, souverän mit ihren Namen ansprechen können. Und Sie wissen ja: Der eigene Name ist des Kunden liebstes Wort.

Weitere Beispiele:

Herrn Wolf stellen Sie sich z.B. mit einem Wolf tanzend vor.

Frau Vorderbrücke steht vor der Brücke.

Herr Strenge ist ein ganz Strenger.

Herr Kuwalksy fährt mit einer Kuh auf dem Wall Ski.

Frau Domaischel sitzt auf dem (Kölner) Dom während sie ein Ei schält.

Fortsetzung nebenstehend



DVVA-Autor Dipl.-Betw. Oliver Geisselhart (BDVT) ist einer der erfolgreichsten Gedächtnis- und Mentaltrainer Europas, Erfolgsautor und Gedächtnistrainer des Jahres 2000!

Er war bereits 1983, mit 16 Jahren, Deutschlands jüngster Gedächtnistrainer! Sein Spezialgebiet sind praxisnahe, zielgerichtete Trainings für Verkaufs- und Führungskräfte mit sofort erlernbaren Erfolgen. Dies brachte ihm den Titel „Gedächtnistrainer des Jahres 2000“ ein!

Namhafte Firmen wie: Bosch, Deutsche Telekom, Die Continentale, Robinson-Club, Deutsche Bahn, DKV, Photo Porst, Deutsche Bank, Fujitsu-Siemens, Kabel 1, Arcor, DPD, DekaBank, Süddeutsche Zeitung, Microsoft etc. zählen zu seinen Kunden. Mit seinem Onkel Roland R. Geisselhart entwickelte er die „Geisselhart-Methode des Gedächtnis- und Mentaltrainings“. Diese gilt heute unter Experten als die praxisorientierteste. Bisher wurden über 30 Bücher und Kassetten sowie unzählige Fachartikel veröffentlicht.

Kontakt:

TEAMGEISSELHARDT GmbH

Poststraße 10, 44137 Dortmund

Fon: 0231/952567-92, Fax: 0231/952567-93

training@teamgeisselhart.de, www.teamgeisselhart.de

Infos zu Personen im Kopf haben

Vor allem die kleinen Dinge, die Sie so nebenbei von ihrem Kunden erfahren, sind Ihnen oft später einmal von Nutzen: Wenn Sie sich an die Details erinnern können, die Herr Maler bezüglich der Informationswege in seiner Firma beschrieben hatte, wenn Sie noch wissen, wer in Firma Huber & Co. der maßgebliche Entscheidungsträger ist, den Sie zusammen mit Ihrem Ansprechpartner von dem neuen Produkt überzeugen müssen, wenn Ihnen im rechten Moment einfällt, dass Frau Schmidt noch auf die Genehmigung für das Budget warten muss, dann sind das für Sie Informationen von unschätzbarem Wert – vorausgesetzt natürlich, Sie können sich zuverlässig und exakt daran erinnern!

Doch nicht nur betriebliche Fakten sind es, die Ihnen Vorteile verschaffen: Ihr Mitarbeiter oder Kollegen Herr Krause 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

fließen lassen können, wird Ihnen das deutliche Sympathien – und spürbar bessere Beziehungen verschaffen.

Praxisbeispiele:

Sie haben also z.B. erfahren, dass Frau Rosenthal in diesem Winter endlich Skilaufen lernen möchte, dass Herr Zander sich einen neuen Bechstein-Flügel kaufen will, dass Oberlehrer Emmentaler vor hat, ein Zimmer seines Hauses komplett mit Bücherregalen auszustatten, dass Verkaufsleiterin Papadopolos bei der letzten Messe sehr nervös war, weil ihre Tochter gerade in der schriftlichen Abitur-Prüfung steckt, dass Einkäufer Czerwinski auf der Suche nach einem schönen Teewagen für sein Ferienhaus in der Toscana ist und dass Frau Stierle am liebsten mal ein Wochenende in Ihrem Garten in der Hollywood-Schaukel verbringen würde.

Frau Rosenthal steht in kompletter Montur inkl. Skier und Stöcken in einem Rosen-Tal (statt Schnee-Tal).

Herr Zander nagelt einen riesigen Fisch (einen Zander) auf dem neuen Flügel zum trocknen fest.

Herr Emmentaler findet ein Stück Emmentaler-Käser in seinem Bücherregal, das wegen der hohen Temperaturen über einem wertvollen Kunstband zerlaufen ist!

Frau Papadopolos' Tochter hat sich nicht all zu fleißig den Prüfungsvorbereitungen gewidmet, stattdessen hat sie lieber mit ihrem Papa ein doppeltes Lotterielos gekauft.

Herr Czerwinski: Gemeinsam mit der Sängerin Cher gewinnt er auf Skiern. Als Gewinn erhält er einen schönen Teewagen. Diesen stellt er in sein Ferienhaus.

Und Frau Stierle hat leider keinen Platz mehr auf Ihrer eigenen Hollywood-Schaukel, da zwei kleine Stiere es sich bereits darin bequem gemacht haben!

Versuchen Sie nun, zu erinnern: Was macht Frau Rosenthal? Wer sucht einen Flügel? Was will Herr Emmentaler? Und wessen Tochter lernt zu wenig? Wer sucht einen Teewagen und wofür? Und was macht noch Frau Stierle so gern?

Telefon-Nummern, PIN-Codes, Geheimnummer sofort gemerkt.

Kreieren Sie eine lustige, absurde Geschichte aus den Zahlensymbolen und integrieren Sie bei einer Telefonnummer die dazugehörige Person, bei Ihrer Handy-PIN Ihr Handy etc.

Angenommen, Ihre Bank-Kunden-Karte hätte die Geheimzahl: 2853.

Der Film dazu könnte evtl. so aussehen: Sie stehen im Schalteraum Ihrer Bank. Plötzlich geht die Tür auf und ein „Schwan“ (Zwei) kommt herein. Er hat seinen Flügel und holt eine „Sanduhr“ (Acht) dar-

unter hervor. Die stellt er Ihnen auf die „Hand“ (Fünf). Doch Sie wehren sich sofort mit dem „Dreizack“ (Drei).

So eine skurrile Geschichte vergessen Sie bestimmt nicht wieder. Und jedes Mal, wenn Sie an Ihre Bank denken, fällt Ihnen das Filmchen wieder ein und Sie haben sofort Ihre Geheimzahl parat.

Tagesplan im Kopf

Was Sie als erstes erledigen wollten verknüpfen Sie, wie bei den Argumenten von vorhin, mit der Kerze. Die zweite Erledigung mit dem Schwan usw.

Tagesplan Beispiel:

1. Den Privatwagen voll tanken (Sie leuchten mit der Kerze in den Tank, um zu schauen, ob dieser schon voll genug ist. Bitte nicht ausprobieren!)
2. Zur Bank und Schecks holen. (Stellen Sie sich vor, die Schecks überreicht Ihnen ein Schwan. Das ist der neue Mitarbeiter Ihrer Bank).

3. Die neuen Kundenanalysen mit ins Meeting nehmen. (Alle Kundenkarteien auf dem Dreizack aufgespießt mit ins Meeting).

4. Ein wichtiges Fax an einen Kunden senden. (Ihr Faxpapier ist grün und hat die Form eines vierblättrigen Kleeblattes).

Wenn Sie sich nun wieder die Zahlensymbole anschauen, werden die Erledigungen als kleine Filmchen Revue passieren.

Mit ein bisschen Training haben Sie die Zahlensymbole sicher schnell verinnerlicht. Sie werden auch feststellen, wie Ihre Kreativität rasant zunimmt. Denn die meisten Bilder oder Filmchen sind ja völlig absurd und lustig. Wer hier wieder wie ein Kind denkt, hat eindeutige Vorteile. So können Sie sich mit der „Geisselhart-Methode des Gedächtnistrainings“ also nicht nur mehr in kürzester Zeit sicherer merken, nein, das Ganze auch noch lustig. Und lachen kann man schließlich nie genug.

Die Zahlensymbole nach der Geisselhart-Methode	0	1	2
ETEAUGEISSELHART GmbH www.teamgeisselhart.de			
3	4	5	6
7	8	9	10

Oliver Geisselhart

Souverän freie Reden halten

Die Power der Memo-Rhetorik

ISBN 3-89749-363-2, € 20,90

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. Stellen Sie sich vor, Sie können ab sofort alle wichtigen Fakten und Daten, die mit den Ihnen bekannten Personen zusammenhängen, präzise und exakt genau dann aus Ihrem Gedächtnis abrufen, wenn Sie sie brauchen! Sie wissen noch genau, dass Herr Müller ein passionierter Jäger ist, dass Herr Walter beim letzten Besuch ganz nervös auf die Geburt seines dritten Kindes wartete und dass die sympathische Frau Lindner Ihnen anvertraute, dass sie von ihrem neuen Kleinwagen hell begeistert sei. Wenn Sie die Kleinigkeiten am Rande im passenden Moment wieder abrufen und in das Gespräch mit ein-