

Verkaufen mit Menschenkenntnis

Von Hans Günter Lemke/ www.lemke-training.de

In der heutigen Zeit der steigenden Energie- und Lebensmittelpreise, sparen die Kunden und Kundinnen, wo immer möglich ist. Dies spürt auch der Zoofachhandel.

Umso wichtiger kommt es auf das Personal im Fachgeschäft an. Diese müssen erkennen, was der Kunde, die Kundin wirklich will. Hier hilft zwar eine gute Menschenkenntnis, jedoch hat diese nicht sofort jeder.

In einem Verkaufsgespräch hängt vieles vom richtigen Umgang mit dem Gegenüber ab. Aber Vorsicht: Hüten Sie sich davor, Kunden in „Schubladen“ zu packen. Jeder Kunde- jede Kundin ist individuell zu „behandeln“.

Was bedeutete eigentlich „Menschenkenntnis haben?“

Menschenkenntnis- ist die Fähigkeit, das Verhalten oder den Charakter eines Menschen aufgrund eines ersten Eindrucks richtig einzuschätzen, zu erkennen und zu beurteilen und vorherzusagen, wie sie denken und wie sie handeln werden. Fachkompetenz und Fleiß sind zwar absolut notwendig, aber nicht ausreichend, wenn Sie nicht wissen wie der Kunde oder die Kundin denkt und „tickt“.

Verkäufer ohne ausreichende Menschenkenntnis verkaufen meist nur bei den Kunden und Kundinnen, die ihnen ähnlich sind. Wann immer die Persönlichkeiten vom Verkäufer und des Kunden(der Kundinnen) nicht zusammenpassen, reagiert das Gegenüber oft mit vielen Einwänden bis hin zur Abschlussverweigerung.

Das beste Produkt, Ihre beste Argumentation nützen wenig, wenn sie an den Kunden vorbei reden!

Wir müssen jedoch bei ALLEN verkaufen, deshalb ist es ein „Muss“, Kundentypen anhand der Körpersprache und dessen Aussagen zu kennen und zu erkennen und zu wissen, wie mit diesen umzugehen ist.

Der Hauptteil unserer Kommunikation mit allen Kunden besteht u.a. aus der Körpersprache(Signale), die es zu erkennen und zu deuten gilt. Es ist erwiesen, dass über 90% (es gibt hier auch andere Untersuchungen mit anderen Zahlen, klar ist jedoch, dass der größere Teil unserer Kommunikation in der Körpersprache besteht).

Die wirkliche Persönlichkeit eines Menschen, die von ihm gespielte Rolle, seine Gefühlslage, sein Denken- all dies bringt die Körpersprache zum Ausdruck.

Worte können eine Vielzahl von „Geheimnissen“ in sich bergen, Körpersprache hingegen ist weitaus schwieriger zu verfälschen.

Richtig und unverfälscht kann die Körpersprache Dinge ausdrücken, die Sie oder der Kunde (die Kundin) oft nicht laut ausspricht.

Beispiele: „ Ich bin kompetent.“ Ich brauche Ihre Hilfe.“ Ich habe noch eine Frage. Ich habe noch Bedenken zum Kauf.“

Körpersprachliche Signale sind:

Das Erscheinungsbild:

Achten Sie auf die Körpergröße, die Gestalt, die Hautfarbe. Dies alles kann Aufschluss über den kulturellen Hintergrund der Person geben.

Stil und Image

Achten Sie auf die Frisur, die Kleidung und Accessoires. Diese Elemente beinhalten in der Regel Informationen über das Alter, über eine Moderrichtung, den gesellschaftlichen Status des Kunden, die Art des Berufes und die Freizeitinteressen.

Die Gestik

Von Bedeutung ist auch die wortbegleitende Gestik, da sie oft einzelne Aussagen des Kunden emotional „unterstreicht“.

Achten Sie besonders auf Bewegungen von Rumpf und Gliedmaßen, Gesten der Hände und Füße sowie Kopfnicken und –schütteln.

Die Mimik

Gesichtsfalten geben Ausdruck über die Persönlichkeit. Achten Sie auf „Anstrengungsfalten“ zwischen den Augenbrauen. Ein zusammengezogener Mund lässt auf Zurückhaltung schließen. Ebenfalls von Bedeutung sind flüchtige Mimikelemente wie Stirnrunzeln, die ihnen zeigen, was eine Person denkt oder fühlt.

Augenbewegung

Achten Sie auf die Richtung und Dauer des Blicks, die Größe der Augen, sowie die Aktivität der Augenbrauen. Konkurrenten haben meist einen starren Blick, während Lügner den Blickkontakt vermeiden.

Die Stimme

Nicht die Worte, sondern der Klang der Stimme zählt auch zur Körpersprache. Die Stimme vermittelt eine Unmenge an Informationen über Kultur, Alter, Geschlecht und Heimatregion. Schwankungen in der Lautstärke und Tonhöhe zeugen darüber hinaus von der Gefühlslage und davon ob das Gesagte auch von Bedeutung ist.

Aber Vorsicht! Oft werden falsche Rückschlüsse aus der Körpersprache gezogen. Meist bewerten und beurteilen wir Menschen nach dem „ersten Eindruck“. Aussehen, Benehmen, Vorurteile von uns, Redeweise, Assoziationen(Ähnlichkeit mit kannten Personen)

Häufig ist der erste Eindruck der stimmende, aber eben nicht immer!

Der „erste Eindruck“ geschieht meist in den ersten Sekunden eines Gespräches und es wird schnell (zu schnell) bewertet, verurteilt oder auch vermutet.

Nach:

Aussehen(Kleidung, Schmuck)

Gefühlsmässige Zuordnungen

Benehmen und –oder Verhalten

Vorwissen über den Kunden (Ruf, Image, Laufbahn, Titel)
Vorurteilen- gerade bei negativen Vorinformationen über den Kunden
Der Redeweise- Sprache und Stimme-Rhetorik
Assoziationen- hat der Kunde – die Kundin- Ähnlichkeiten mit bekannten Personen.

Menschenkenntnis ist keine Geheimwissenschaft. Sie besteht immer aus einer Summe sozialer Fähigkeiten, die man durch lernen und durch Üben verbessern kann.

Besser ist es, sich durch Nachfragen zu vergewissern, ob der erste Eindruck auch der stimmende ist.

Erst das Zusammenwirken von Körpersprache und Kommunikation macht die Wirkung aus.

„Alarmstufe“ besteht immer dann, wenn das gesprochene (verbal) Wort nicht mit der Körpersprache(nonverbal) übereinstimmt.

Checkliste : Körpersprache erkennen

Körperhaltung	Mögliche Bedeutung
Arme vor der Brust verschränken	grenzt sich ab
Hand in der Hosentasche	verschlossen, will täuschen
Kopf ist aufgerichtet	selbstsicher, aufgeschlossen
Kopf ist zur Seite geneigt	mitfühlend, kooperativ
Kopf wird zurückgeworfen	herausfordernd
Oberkörper vorgebeugt	interessiert, offen
Oberkörper zurückgeneigt	zurückweichend, verschlossen
Beine zum Partner übereinander geschlagen	offen, Zuwendung
Beine sind vom Partner weg übereinander geschlagen	grenzt sich ab
Distanz	
nähert sich schnell	freut sich, begeistert, bestimmt
Abstand unter 1,2 Meter	sicher, aufdringlich
Abstand über 1,2 Meter	förmlich, unsicher
sitzt gegenüber	abwartend, distanziert
sitzt nebeneinander	offen, selbstsicher
Gestik und Mimik	
fester Händedruck	selbstsicher, selbstbewusst
Schultern hochziehen	hilflos, unsicher
Streicheln von Gegenständen	feinfühlig, sensibel
Finger spielen mit Gegenständen	nervös, unaufmerksam
Daumen geht nach oben	zeigt Dominanz, selbstsicher
Falten der Hände	abwehrend, unsicher
Handfläche erhoben zum Partner	abwehrend

Hände reiben einander
Hand verdeckt den Mund
Kragen wird gelockert
An die Nase greifen
Finger trommeln auf den Tisch
entfernt Staub
nimmt Brille ab
putzt die Brille
Blick zur Seite

selbstzufrieden
unsicher, befreit sich vom Druck
nachdenklich
ertappt, betroffen
ungeduldig, keine Zeit
nachdenklich
hat noch Bedenken
will noch Zeit gewinnen
ausweichend

Mehr Infos zu diesen und weiteren Verkaufsthemen im neu erschienenen Buch
„Tatort Einzelhandel“. ISBN 978-3-7565-5386-0