



Kommunikation auf Augenhöhe

✓ **Verkaufen & Rekrutierung ist.....**



✓ **Menschen (Kunden) motivieren (Kauf) Entscheidungen zu treffen**

&

✓ **Maximale Verbindlichkeit**

✓ **Maximale Zuverlässigkeit**

✓ **Zeitnahe Handlungen**

✓ Regel Nummer 1



- ✓ Was wollen Ihre Bewerber sehen?
- ✓ Was wollen Ihre Kunden sehen?
- ✓ Was wollen Sie sehen?

✓ Kommunikation



walz
✓ Vertrieb richtig gemacht.



✓ Menschen sind Egoisten



- ✓ Nicht „ich“, „wir“, sondern „SIE“, „IHR“, „Dein“
- ✓ Lass deinen Kunden über sich reden – rede nicht über dich
- ✓ Vorteil vs. Merkmal
- ✓ Keine Negationen

✓ Wirkung von Kommunikation



Wirkungsgesetz in der Kommunikation (Mehrabian, Albert & Ferris 1967)

- ✓ 7% sprachlicher Inhalt
- ✓ 38% stimmlicher Ausdruck
- ✓ 55% Körpersprache

Am Telefon

- ✓ 12% sprachlicher Inhalt
- ✓ 88% stimmlicher Ausdruck

✓ Wirkung der Kommunikation



Was passiert beim Gegenüber unbewusst

Das Drei-Gehirn-Modell

- ✓ Stammhirn (Reptilienhirn) erster Eindruck = Neugier, Trieb, Flucht, Angriff
- ✓ Limbisches System (Säugetiergehirn) = soziale & emotionale Aspekte der Stimme. Glückszentrum des Gehirns, hier werden die Kaufentscheidungen getroffen.
- ✓ Großhirnrinde (Kortex) = erst hier geht es um die kognitive Ebene. Sinn, Inhalt & Logik des Gesagten

✓ Eigenwahrnehmung/Fremdwahrnehmung

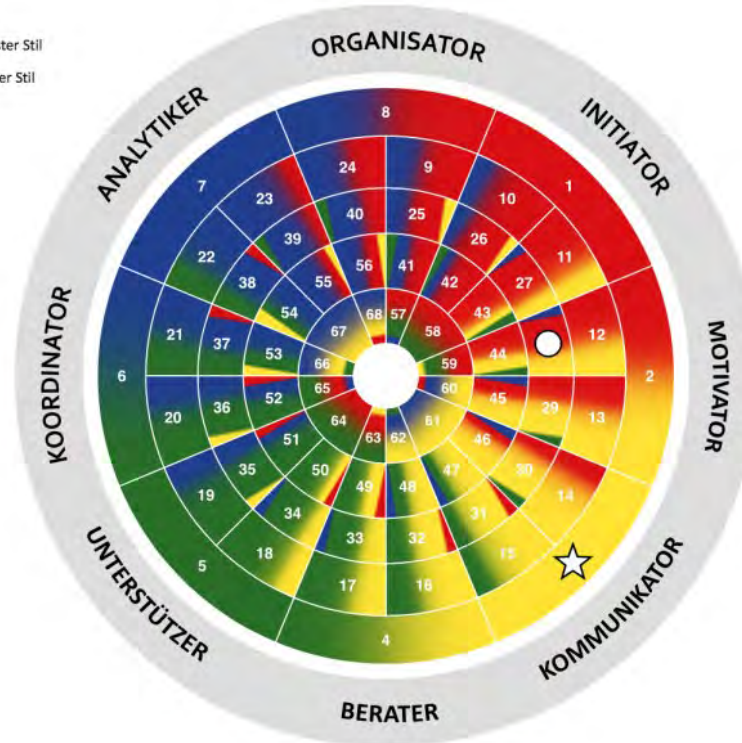


✓ Menschen Typen

Angepasster Stil : **Kommunikator**, Position 3

Natürlicher Stil : **Motivator**, Position 28

- ☆ Ihr angepasster Stil
- Ihr natürlicher Stil





Augenhöhe

✓ Augenhöhe



Augenhöhe verändert sich laufend in der Kundenbeziehung

- ✓ Keine Abhängigkeiten = Machtbalance = Vertrieb
- ✓ Ihre innere Haltung dem Kunden gegenüber – wer hat wie viel zu verlieren
- ✓ Keine einseitige Kundenbindung
- ✓ Verkaufe was du hast, nicht was dein „Kunde“ sucht – das hast du i.d.R. nicht

✓ Augenhöhe



- ✓ Verbindlichkeit
- ✓ Zuverlässigkeit
- ✓ System – Wissen ist Macht
- ✓ Standards = Zwänge
- ✓ Ziele und LIMITS



Und wenn die Zeit reicht – Tipps zur
Umsetzung

✓ Abschluss



- ✓ Auswahlmöglichkeiten geben (NOA)
- ✓ Mit Unterstellungen arbeiten
- ✓ Suggestivfragen nutzen
- ✓ Fragen Sie nie OBI!, nur wann, wie viel, bei wem,....
- ✓ Vorschläge machen (Alternativfrage)

✓ Abschluss



- ✓ Druck & künstliche Verknappung
- ✓ Selbstbezeichnung
- ✓ Hypothetische Fragen
- ✓ Alternativfrage / NOA
- ✓ Flummitechnik

✓ Empfehlungsfrage



Bei jedem Kunden, ehem. Kunden und nach jedem Abschluss

- ✓ Menschen bewegen sich in den selben Kreisen – du bekommst das Gleiche wie du hast
- ✓ Kennen Sie jemand.....?
- ✓ Würden Sie meinen Anruf ankündigen?
- ✓ Bis wann?
- ✓ Herr/Frau XY hat meinen Anruf ja angekündigt....
- ✓ Thema....
- ✓ Abschluss – Alternativfrage - BT



Viel Erfolg