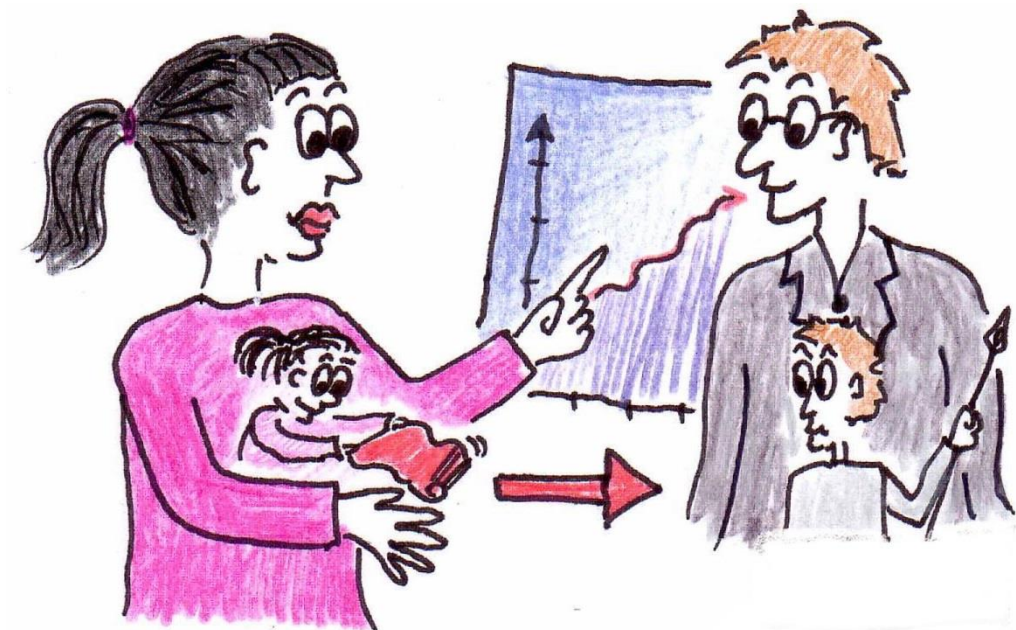




**Schulz von Thun Institut**  
für Kommunikation

## Seminarbeschreibung



# Modelle und Methoden im Verkaufstraining

© Kathrin Zach u. Stephan Bußkamp  
Abbildungen: Karen Zoller

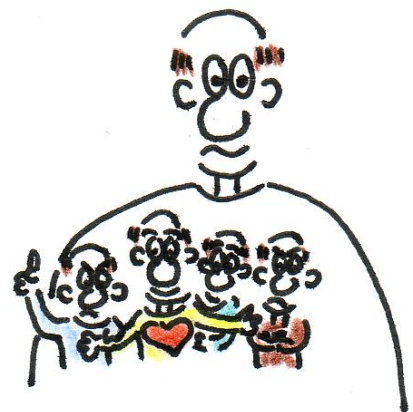
Während in den letzten Jahrzehnten „Verkaufstricks“ zuhauf entwickelt und geschult wurden, geht die Herausforderung unserer Zeit in eine neue Richtung. Ehemals verheißungsvollen „Verkaufsregeln“ wie „Sprechen Sie den Kunden häufig mit seinem Namen an!“, „Loben Sie ihn!“, „Stellen Sie zwei Alternativen, die in Ihrem Sinne sind, zur Auswahl!“, „Machen Sie überraschende Pausen, damit man Sie nicht unterbrechen kann!“ usw. haben ausgedient. Manipulations-Strategien dieser Art sind nicht mehr zeitgemäß. Zwar mögen sie einem vielleicht noch kurzfristig Sicherheit geben und ermöglichen, die Oberhand zu gewinnen – wenn sie nicht sofort durchschaut werden – langfristig schaden sie jedoch jeder Beziehung und sind somit überaus kontraproduktiv. Wer lässt sich schon gerne manipulieren?

Vor allem Kunden, die tagtäglich mit sehr vielen Menschen zu tun haben, erkennen schnell, ob ihr Gegenüber ein Programm ablaufen lässt, oder ob ihm der andere als Mensch gegenübertritt. Ein einstudierter Satz an der vermeintlich richtigen Stelle stört den Kontakt folglich mehr, als dass er ihn fördern kann. Kunden, die hundertfach Komplimente hören, in jedem Satz dreimal mit ihrem Namen angesprochen oder mit einer anderen „Masche“ begrüßt werden, sind in der Regel dankbar, wenn jemand „normal“ auf sie zukommt und Klartext redet. Die Herausforderung besteht daher darin, neben professionellem Auftreten auch einen menschlichen Kontakt herzustellen.

### Die Seminarinhalte:

#### Die eigene Persönlichkeit als wichtigstes Instrument

Unsere innere Haltung und Einstellung scheinen immer durch unser Verhalten hindurch und wirken sich, auch unbewusst, auf unser Handeln aus. Ausschlaggebend ist, was sich hinter unserem Verhalten und unseren Äußerungen verbirgt, denn es macht sich bemerkbar, ob wir wollen oder nicht. Die Auseinandersetzung mit der eigenen Person, mit persönlichen Stärken, Fallstricken und Entwicklungsmöglichkeiten ist daher grundlegend für den Erfolg im Kundengespräch. Mit Hilfe des Inneren Teams ermöglichen wir Ihnen, in Augenschein zu nehmen, welche Wesensmerkmale Sie und Ihr berufliches Verhalten prägen und herauszufinden, in welcher Art und Weise Sie sich weiter entwickeln möchten.



### Widerstände verstehen und damit umgehen

Menschen, die aus beruflichen oder privaten Gründen miteinander in Kontakt treten, reden nicht nur so daher, sondern verfolgen immer auch, bewusst oder unbewusst, öffentlich transparent oder verdeckt, ein Ziel. Mit Widerständen im Kontakt haben wir es tagtäglich zu tun, sei es im Gespräch mit Kunden, Mitarbeitern, Kollegen, Vorgesetzten etc. Theoretisch wissen wir, dass Widerstände immer gute Gründe haben – mindestens

aus einer Perspektive – die Herausforderung besteht darin, diese in der Praxis zu erkennen, zu verstehen und darauf zu reagieren.

Wie zeigt sich Widerstand im Kontakt? Welche Ursachen stecken dahinter? Wie lässt er sich erklären? Und vor allen Dingen wie kann man darauf reagieren und damit umgehen?

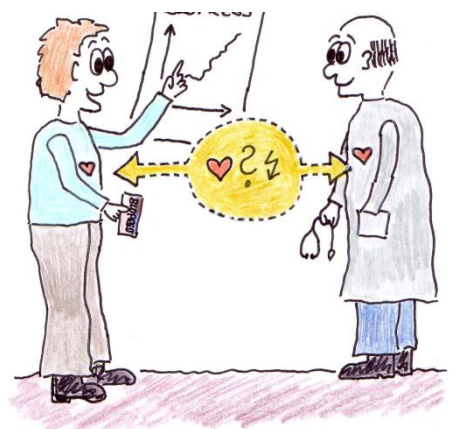
Mit diesen Fragen werden wir uns am zweiten Seminartag auseinandersetzen, Erfahrungen austauschen und erprobte Vorgehensweisen vorstellen.



### Die Beziehung gestalten

Im Vordergrund eines Produktgespräches steht natürlich zunächst das Produkt. Es geht um Fakten, Sachinformationen und Daten. Die Sachebene vermischt sich allerdings immer auch mit der Beziehungsebene. Während der Kopf die fachlichen Argumente aufnimmt, empfängt das Herz die emotionalen Inhalte: Wie fühlt sich der Kunde behandelt? Beispielsweise respektiert, verstanden, bedrängt, überrannt, kritisiert...?

Es steht fest, dass emotionale Aspekte einen höheren Einfluss auf Entscheidungen haben als sachliche Argumente und Unstimmigkeiten auf der Beziehungsebene ein Vorankommen auf der Sachebene verhindern. Aus diesen Gründen werden wir uns im Verlauf des zweiten Seminartages mit stimmiger und sinnvoller Kontaktgestaltung auseinandersetzen, u.a. anhand des Riemann-Thomann-Modells



### Konfrontationsfähigkeit im Verkauf

Der Kunde ist nicht nur König, sondern auch Partner. In diesem Sinne kann es auch im Verkauf zu Situationen kommen, in denen Konfrontation eine wichtige Fähigkeit darstellt. Am dritten Seminartag werden wir uns daher der Fragen stellen: Welche Konflikte können im Verkauf auftreten? Wann und vor allem auf welche Weise macht es im Verkauf Sinn, zu konfrontieren. Wie kann Konfrontation auf stimmige Art gelingen?



### Zuhören und gekonnt Fragen

Um gut verkaufen zu können, muss man vor allen Dingen gut zuhören können! Zuhören und gekonnt Nachfragen gehören neben der Präsentation des Produktes zu den absoluten Grundlagen eines guten Verkaufsgesprächs. Um Produkte erfolgreich zu platzieren, muss ich den Kunden kennen, muss nachvollziehen können, aus welchen Gründen er ein Produkt einsetzen wird. Denn der Kunde wird sich immer aus seinen Gründen für oder gegen ein Produkt entscheiden, nie aus meinen. Diese grundlegende Verkaufs-Fähigkeit wird am letzten Seminartag thematisiert, diskutiert und anhand von Übungen vertieft werden.



### Die weiteren Programmelemente

#### Aussprachen über den Seminarverlauf in den Morgenrunden

Jeder Tag beginnt mit einer „metakommunikatorischen Morgenrunde“ im Plenum: Die Dynamik einer Lerngruppe ist z.T. unvorhersehbar - in der Morgenrunde ist Gelegenheit, die eigene Befindlichkeit und die Beurteilung des bisherigen Geschehens offen auszusprechen, mit der Möglichkeit, vertieft miteinander in Kontakt zu kommen und eventuelle Konsequenzen aus der Aussprache für die weitere Seminargestaltung zu ziehen. - Dahinter steht auch die Philosophie eines „metakommunikatorischen Leitungsstiles“: dass wir die ideale Form des miteinander Arbeitens nicht vorher kennen können und daher gehalten sind, sie gemeinsam durch Selbstkundgabe, Feedback und Metakommunikation zu entwickeln, selbst (und gerade) dann, wenn dabei unterschwellige Missklänge und Konflikte plötzlich spruchreif werden. Die Seminarleiter sind in diesen Morgenrunden zwar vor allem gehalten, „mit 4 großen Ohren“ zuzuhören und die Teilnehmer zu ermutigen, sich auszudrücken, was ihnen im Kopf herumgeht und wie ihnen um's Herz ist; aber sie spielen auch selbst mit offenen Karten in dem Sinne, dass auch sie verdeutlichen, wie es ihnen in der Arbeit mit dieser Gruppe geht, was sie dabei als beglückend, schwierig, rätselhaft, bemerkenswert ... usw. empfinden.

Im Idealfall kann das Seminar nicht nur neue Einsichten in die Zusammenhänge zwischenmenschlicher Kommunikation stiften, sondern selbst zu einem wertvollen Kommunikationserlebnis werden.

Wir wünschen Ihnen Freude und Erfolg beim Mitmachen!