

# YOU! Die Gesprächsmethodik

Verkaufen mit der DU-Energie des Kunden



VONENGELMANN  
TRAINING

# Die Suche

## Was macht eigentlich ein sehr erfolgreicher Verkäufer anders?

Wie oft waren wir alle, die reden und überzeugen müssen, schon auf der Suche nach einem Erfolgsrezept!? Was macht denn ein sehr erfolgreicher Verkäufer?

Was macht er anders? Was bringt uns das 100ste Verkaufsseminar denn noch, was wir nicht schon wissen?

Häufig finden wir in größeren Verkaufsorganisationen ein bis drei Spitzenverkäufer, die fast nicht einzuholen sind.

### Woran liegt das?

Diese Frage stellten sich amerikanische Psychologen bereits vor über 30 Jahren und beobachteten in einer langjährigen Studie, dass diese Spitzenverkäufer sehr viel tiefer an den Problemen und Wünschen ihrer Kunden interessiert sind.

Sie analysierten, dass besonders erfolgreiche Verkäufer mehr Fragen stellen, die beim Kunden Überzeugungsprozesse auslösen. Gleichzeitig wurde klar, welche Verkäufer

schwache Verkaufsgespräche führten. Von konfusem Verhandlungen und ineffektiven Meetings einmal abgesehen.

### Erfolgsmodell für Interaktion

So entstanden Erfolgsmodelle für das Reden und Zuhören zwischen Gesprächspartnern – ob im Verkauf, in Meetings, in Verhandlungen oder in ganz normalen Gesprächen.

### Die NutzenAussage

Vielen Verkäufern wird heute noch vermittelt, Produktnutzen aufzuzeigen, also, welche Vorteile das Produkt aufweist und wie es dem Kunden helfen kann.

Die Verhaltensstudien zeigten aber, dass häufig Einwände kamen, wenn dem Käufer etwas angeboten wird, das er gar nicht gewünscht hat.

### Dabei ist es doch so einfach!

NutzenAussagen müssen Kundenwünsche erfüllen. Der Kunde wünscht die Lösung seiner

Probleme! Also, fragen wir ihn doch danach! Nach seinen Problemen und nach seinem Wunsch, diese zu lösen.

Dann erst bieten wir ihm echten Nutzen an. Wir zeigen Produktkompetenz und müssen nicht mehr beweisen, dass wir unsere Produkte bis in alle Tiefen kennen. Davon geht ein Kunde aus.

Es wird schnell klar, dass es große Unterschiede gibt, zwischen dem, was Kunden sagen und was ein Verkäufer dann daraus macht.

Wie sonst ist es zu erklären, dass sich so viele Kunden zurückziehen? In ihre Aussagen wurde hinein interpretiert, sie wurden nicht richtig gehört. Die Verkäufer sind und waren mehr mit sich und ihren Provisionen beschäftigt, als damit, sich wirklich mit dem Kunden, dem **DU** im Gespräch zu beschäftigen.

# YOU!

## Die Gesprächsmethode

### Verkaufen mit der DU-Energie des Kunden

Erfüllen Sie den Bedarf Ihres Kunden sichtbar und messbar besser als der Wettbewerb, geht der Erfolg an Ihnen nicht vorbei!

In den 70ern und 80ern schwappte etwas sehr positives aus den USA zu uns herüber: der Begriff Kundenorientierung. Amerikanische Firmen zeigten uns, wie man Kundenorientierung lebt und umsetzt.

Heute geht es uns oft um „Shareholder-Value“-Orientierung, um Profitmaximierung unserer Unternehmen.

Nun, da stört der Kunde eigentlich nur, oder?

Natürlich müssen wir Profite maximieren, den Shareholder Value erhöhen. Aber kommt das nicht erst danach, im zweiten Schritt?

Wer „macht“ denn den Shareholder Value und die Profitmaximierung?? Genau! Unser Kunde!! Also, hören wir unserem Kunden genau zu! Was will er? Welche Probleme will er lösen? Und wie will er sie lösen?

**Erfüllen Sie den Bedarf Ihres Kunden sichtbar und messbar besser als der Wettbewerb, geht der Erfolg an Ihnen nicht vorbei!**

Beschäftigen wir uns doch einfach mit dem Bedarf unserer Kunden oder ganz generell unserer

Mitmenschen in jeder Situation, denn:

**Verkaufen ist Überzeugen!**

**Interesse an Anderen ist der Schlüssel zur  
DU-Energie - zum YOU!**

Gute Verkäufer unterscheiden zwischen IST und SOLL. Unzufriedenheiten mit der Ist-Situation lassen unsere Mitmenschen überhaupt erst einmal zu Interessenten werden, an Produkten oder an Dienstleistungen. Ist das Problem groß genug, werden daraus Wünsche – nach Problemlösungen.

Das ist das Geheimnis der **DU-Energie**.

Erst durch Probleme, die entstehen, fragen wir uns, „ist mein Ärger schon so groß, dass ich etwas verändern will?“

Daraus folgen Wünsche – nach der Lösung des Problems und wir fragen uns dann, „ist es mir das wert?“

Also haben wir es nur mit zwei Arten von Kundenbedarf zu tun: den Unzufriedenheiten und den daraus resultierenden Wünschen. Ist das Problem groß genug, müssen wir es lösen.

Dies sind die einzigen zwei Bedarfsarten, die uns Menschen bewegen, nach denen wir handeln, das Prinzip von „Lust und Unlust“.

Die meisten Schwierigkeiten entstehen Verkäufern hier. Komplexer Verkauf definiert sich durch

- erklärungsbedürftige Güter
- hochpreisige Produkte
- mehrere Entscheider sind involviert
- der Verkaufszyklus dauert länger.

Spitzenverkäufer verstehen es sehr gut, im Komplexen Verkauf zwischen diesen beiden Bedarfsarten „Kundenproblem“ und „Kundenwunsch“ zu unterscheiden. Sie gehen auch noch unterschiedlich darauf ein.

Heutige Verkäufer im „beratenden Verkauf“ müssen über verbale Methoden verfügen, die dem Kunden helfen, seine jetzigen Schwierigkeiten und ihre Auswirkungen zu verstehen und daraus seinen Bedarf als Lösungswünsche zu äußern und zu entwickeln.

# YOU!

## Die Gesprächsmethode

### Verkaufen mit der DU-Energie des Kunden

Das perfekte „Feintuning“ Ihrer Verkäufer! Schon durch die Bedarfsermittlung wird intensiv auf den Kunden eingegangen.

Mit der **YOU!**-Gesprächsmethodik steht nicht nur der Bedarf, sondern der Kunde selbst im Vordergrund. Ihre Verkäufer lernen, ihre Produktlösung nicht zu früh zu präsentieren.

Sie werden zuhören müssen und sich für sein Gegenüber ernsthaft interessieren. Lernen, mit dem DU im Gespräch zu arbeiten, anstatt das ICH in den Vordergrund zu spielen.

Der Verkäufer wird zum Kundenberater, der sich auf den Kunden als Mensch einlassen kann. Sie haben ihren Kunden überzeugt.

Die **YOU!**-Gesprächsmethodik wird durch das **PAL**-Fragemodell zu besseren Verkaufserfolgen führen und das Vertrauensverhältnis zum Kunden intensiv ausbauen.

### Ergebnisse der Verhaltensforschung

- **Erfolgreiche Verkäufer** erkennen, dass der Kunde seine Lösungswünsche geäußert haben muss, bevor er seine Produkte dann aber mit Maximalwirkung präsentieren kann. Hier wirkt echte Produktkompetenz, nicht mehr nur reines Produktwissen.
- **Erfolgreiche Verkäufer** verwenden Fragen, die den Kundenbedarf entwickeln und diesen in Wünsche nach seiner Lösung umformt.
- **Erfolgreiche Verkäufer** bieten dem Kunden die Merkmale seiner Produkte an, die der Kunde ausdrücklich wünscht. In den meisten Fällen reduzieren sie damit die Einwand-Bereitschaft des Kunden. Der Kunde stimmt in der Regel den Vorschlägen des Verkäufers zu.

# PAL

## Die Fragemethodik

### Das angewandte YOU!

**PAL** – das Kürzel haben Sie sicher schon mal gehört: „Ein Problem Anderer Leute, was interessiert mich das?!“

Die typische Einstellung vieler Zeitgenossen. Dies kann nicht gelten, wenn wir verkaufen wollen.

Wenn Sie **PAL** jedoch für sich als Fragemethode nutzen wollen, dann können Sie sehr erfolgreich überzeugen – sprich verkaufen. Haben Sie mal jemanden einen Rat gegeben? Hat er ihn befolgt?

Führen Sie die Menschen jedoch mit der **PAL**-Fragemethodik zu SEINEN Lösungen, die er in sich dann selbst entdeckt, nimmt er Ihren Rat ganz unbewusst als seine Idee wahr. Und „Rat“ kommt übrigens von „beraten“.  
Mit **PAL** beraten Sie – und zwar meisterhaft.

In einer **Orientierungsphase** sammeln Sie Hintergrundinformationen, Daten und Fakten über das Thema, Ihren Kunden oder die zu beratende Person.

Das ist die **Gesprächsvorbereitung**.

Diese Informationen helfen Ihnen nun, Ihr Gespräch zu planen. Welche Fakten könnten auf Probleme hinweisen, die Sie lösen können? So setzen Sie Ihre Information gezielt ein.

Das ist die **Gesprächsplanung**.

Jetzt arbeiten Sie mit **PAL**:

- Mit Ihren **P**roblemFragen durchleuchtet Ihr Gesprächspartner seine Unzufriedenheiten und die bestehende Probleme für sich selbst – aber auch für Sie.
- Mit Ihren **A**uswirkungsFragen erkennt Ihr Kunde die Auswirkungen auf andere Bereiche seiner scheinbar isoliert stehenden Kundenprobleme. Auch hier gibt sich der Kunde selbst Antworten und kommt zu Ergebnissen, an die er vorher vielleicht gar nicht dachte.
- Mit Ihren **L**ösungsFragen erkennt Ihr Kunde den Wert der Lösung seiner Probleme. Er wird seinen Direkten Bedarf, seine Wünsche, seine Ziele ausdrücken und die Lösung für ihn passend und genauer beschreiben.



Jetzt sind Sie in einer Lösungspräsentation in der Lage, genau auf die Kundenwünsche einzugehen, Sie bieten Nutzen und minimieren die Kunden-Einwände.

### Abschlusstechniken

Arbeiten Sie mit **YOU!**

Wird sich jemand heute noch durch „halbseidene“ Abschlusstechniken über den Tisch ziehen lassen? Besonders, wenn es um größere Entscheidungen geht?

Im Bereich Komplexer Verkauf hat ein solches Verhalten eher unangenehme Folgen und die Verkaufserfolge verringern sich dramatisch.

Fragen Sie Ihren Kunden nach dem Auftrag und er wird Ihnen bereitwillig Auskunft über den Entscheidungsprozess geben, vorausgesetzt, Sie haben vorher seinen Bedarf mit **PAL** sorgfältig ermittelt.





Eine Fragemethodik spiegelt die Verhaltensweisen des Verkäufers wieder.

Wer fragt, der führt das Gespräch.

Der Verkäufer wird konditioniert, damit die Fragemethodik auch erfolgreich ist. Alte gegen neue Verhaltensmuster werden ausgetauscht.

Die theoretische Vermittlung einer Fragemethodik allein kann daher nicht zum gewünschten Erfolg führen.

Vielmehr ist ein intensives Training mit erfahrenen Trainern erforderlich. In praktischen Übungen und Simulationen wird das neu erlernte Verhalten angewandt.

Im **YOU!**-Gesprächstraining wird die Arbeit mit der **DU**-Energie (die Energie des Kunden) im Komplexen Verkauf vermittelt:

### 1. Schritt

Wissenstransfer:

Grundlagen des **YOU!**-Verhaltens

Grundlagen der **PAL**-Fragemethodik

### 2. Schritt

Übungen zur **PAL**-Fragemethodik, begleitet durch einen erfahrenen und ausgebildeten

Trainer anhand von Simulationen mit Gesprächsvorbereitung und -planung.

### 3. Schritt

Feedback aus den Simulationen an und von den Teilnehmern sowie dem Trainer. Stärken und Schwächen werden erkannt. Das neue Verhaltensmuster wird in den nächsten Trainingseinheiten konditioniert.

Die **YOU!**-Gesprächsmethode vermittelt, sich voll und ganz auf den Kunden einzulassen. Wir sollten davon wegkommen, Umsatz machen zu **MÜSSEN**, Profit maximieren zu **MÜSSEN**.

Dieses Denken macht uns unfrei, blockiert uns und wir hören dem Kunden nicht mehr zu, auch wenn wir die geschicktesten Fragen stellen.

Umsatz und Profitoptimierung stellen sich ganz automatisch ein, wenn und der Kunde vertraut. Wir ihn überzeugt haben!

### 4. Schritt

Wiederholung des zweiten und dritten Schrittes, bis das neue **YOU!**-Verhaltensmuster so entwickelt ist, um damit zufriedenstellend in realen Verkaufssituationen zu arbeiten.

Gerne präsentieren unsere Berater und Trainer die **YOU!**-Gesprächsmethode und die Arbeit mit der **DU**-Energie und erstellen Ihnen ein unverbindliches Angebot für ein Inhouse-Training.

Offene Seminare werden gerne von Unternehmen mit kleineren Vertriebsteams besucht. Sprechen Sie mit uns. Wir sammeln Teilnahmewünsche bis das Training eine effektive Teilnehmerzahl hat.

Die **YOU!**-Gesprächsmethode kann in einzelnen Fällen – je nach Produkt oder Dienstleistung – die Verkaufseffekte bis zu 40% steigern. Dies erklärt möglicherweise auch, warum große internationale Unternehmen die vorgestellten Methoden nutzen.

Die Konditionierung auf die **YOU!**-Gesprächsmethode ist die Basis. Darauf bauen alle weiteren Trainings, die wir anbieten, auf.

Weitere Informationen finden Sie in unserer Broschüre „Trainingsübersicht“.

**vonEngelmannTraining**  
**Gerhardstraße 1**  
**66126 Saarbrücken**  
**Fon +49 (0) 6898 - 9 33 98 - 0**  
**Fax + 49 (0) 6898 - 9 33 98 -28**  
**Email: YOU@vonEngelmann.de**  
**[www.vonEngelmannTraining.de](http://www.vonEngelmannTraining.de)**