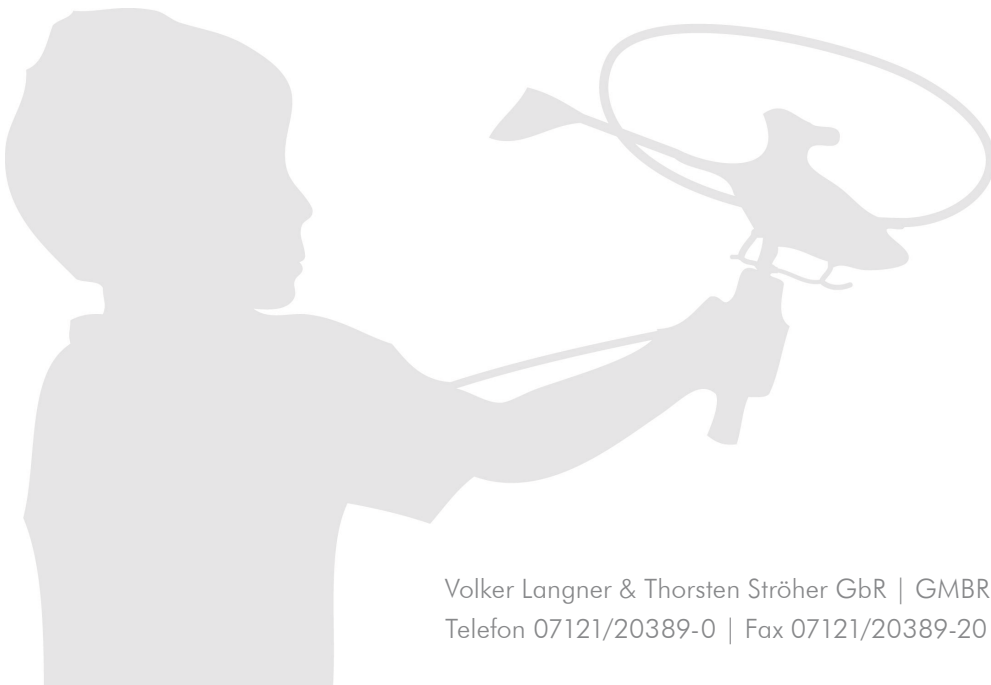


GMBR MANAGEMENT TOPIX
03/2010
BESSER IN WENIGEN MINUTEN

Hexenküche Argumentation

Ein paar Tipps und Kniffe im Verkauf



„Ein gutes Argument wirkt wundervoll. Nicht nur auf den, der etwas hergeben soll.“

Bertold Brecht

Argumentieren ermöglicht einem die Überzeugung der Menschen von der Richtigkeit einer bestimmten Behauptung. Ein Argument ist also Behauptung + Beweisgrund.

Die Argumentation ist mit Vorsicht zu genießen. Denn eigentlich ist keinem der Begriff „Argumentation“ sympathisch. Auch nicht der Vorgang selbst.

Es ist nicht leicht, das richtige Mittelmaß zu finden. Man sollte weder zu selbstüberzeugt, noch zu bescheiden vor dem Kunden auftreten.

Die folgende Checkliste stellt Ihnen einige Verkaufs-Argumentationsregeln zusammen, die Sie noch überzeugender machen können. Manche von diesen sind auch giftig. Also Vorsicht! Die Dosis macht das Gift in der Verkaufsargumentation.

Wie verbessere ich meine Verkaufsargumentation?

- ❑ Nicht die Produktvorteile, sondern den Kundennutzen in den Vordergrund stellen, denn ein Kunde interessiert sich viel mehr dafür, was ihm das Produkt für Vorteile verschafft, als was es für Eigenschaften hat.
- ❑ Die potentiellen Kunden immer wieder auf feine Art direkt ansprechen: „Sie profitieren...“, und nicht „Dadurch profitiert man.“
- ❑ Wichtige Argumente mehrmals wiederholen, etwa durch das Beleuchten von verschiedenen Seiten.
- ❑ Verkaufsfördernde Redewendungen verwenden: „Dies bringt Ihnen den Vorteil, dass...“
- ❑ Durch gute Fragen die Kaufmotive des potentiellen Kunden ergründen und die eigenen Argumente auf die Kundensituation übertragen.
- ❑ Positive Wörter („Magic words“) verwenden. Sprechen Sie nicht von „teuer“, sondern von „hochwertig“. Sagen Sie nicht „Sie haben mich falsch verstanden...“ sondern „Ich habe mich unklar ausgedrückt.“
- ❑ Rationale und emotionale Verkaufsargumente einsetzen
 - Rationale Verkaufsargumente: Preis-Leistungsverhältnis, Garantie, Konditionen, Zusatzleistungen
 - Emotionale Verkaufsargumente: In-Sein, Sicherheit haben, sich gut fühlen, gut aussehen, von anderen Leuten bewundert werden, das Gewissen beruhigen, etwas Gutes/Sinnvolles tun
- ❑ Setzen Sie in Ihrer Argumentation die bildhafte Darstellung Ihrer Nutzen und Vorteile ein. Mit Metaphern und Vergleichen sichern Sie sich die Aufmerksamkeit und den Erinnerungswert bei Ihrem Gesprächspartner. Außerdem kann sich Ihr Gesprächspartner Ihren Gesprächsinhalt besser vorstellen – was zu unbewussten Erfolgserlebnissen führt.
- ❑ Kurze und unkomplizierte Sätze ohne viele Verschachtelungen und Nebensatzkonstruktionen verwenden. Dadurch wird Ihre Argumentation klarer, verständlicher und einprägsamer. Und sie wirkt automatisch souveräner.

- ❑ Pausen machen, denn Pausen sind genauso wichtig wie das Reden. Warum: Pausen geben Ihrem Gesprächspartner Zeit zum Mit- und Nach-Denken. Auch hier erfährt Ihr Gesprächspartner unbewusste Erfolgserlebnisse. Er fühlt sich wohler.
- ❑ Verben statt Substantive. Abstrakte Substantive wirken meist blass und blutleer. Verben dagegen wirken lebendig. Sie lassen im Zuhörer eher Bilder entstehen als Hauptwörter.
- ❑ Greifen Sie ganz gezielt die Formulierungen und die Worte Ihres Gesprächspartners auf und bauen Sie diese in Ihre eigene Argumentation ein. Jede Ähnlichkeit schafft im Unterbewusstsein Sympathie – eine der wichtigsten Voraussetzungen für Verkaufserfolge.
- ❑ Diskutieren Sie engagiert, aber üben Sie keinen Druck aus. Zu starkes Engagement wird als bedrängend empfunden.
- ❑ Der beste Rat an alle, die im Geschäft einflussreich sein möchten: man muss immer zuerst beim anderen das Bedürfnis wecken, das zu tun, was wir von ihm wünschen. Wem dies gelingt, der hat allen Verkaufserfolg auf seiner Seite.
- ❑ „Wer die Menschen behandelt, wie sie sind, macht sie schlechter. Aber wer sie behandelt, wie sie sein könnten, macht sie besser.“ (Johann Wolfgang von Goethe)

Und das Wichtigste zum Schluss: Es gibt zwei Wunderfragen für den Verkäufer: Er braucht nicht mehr für den größten Erfolg, als diese zwei Fragen dem Kunden zu stellen:

„Was ist Ihnen wichtig?“
„Warum ist es Ihnen wichtig?“

Argumentieren Sie also erst, wenn Sie Antworten auf diese Fragen haben. Nicht vergessen.

Viel Freude!

Die GMBR in Reutlingen