

EIN *gutes* GEFÜHL

EMOTIONALES VERKAUFEN – Die Entscheidung, etwas kaufen zu wollen, fällt nicht nur der Verstand, sondern wird meist aus dem Bauch heraus getroffen. Wie Sie ein gutes Gefühl bei Ihren Kunden erzeugen können und so einfacher Produkte und Dienstleistungen verkaufen, verrät Thomas Dahl.



Wer mit einer positiven Einstellung in den Kundentermin geht, verkauft viel leichter seine Produkte.

Wer mit seinem Institut wirtschaftlichen Erfolg erzielen will, kommt um den Verkauf von Produkten nicht herum. Doch das Verkaufen beschränkt sich nicht nur auf die Pflege, sondern beinhaltet auch die Treatments, die den Kunden nahegebracht werden wollen. Deshalb muss eines

klar sein: **Jede Kosmetikerin ist automatisch auch Verkäuferin**, egal, ob ihr das bewusst ist oder nicht.

Beim Verkaufen selbst handelt es sich um eine sehr emotionale Angelegenheit. Kunden, die das Institut betreten, nehmen in nur wenigen hundertstel Sekunden wahr, wie es dem Gegenüber, also Ihnen, geht. Sie erkennen,

wie Sie sich fühlen und ob Sie Ihre Emotionen (z.B. das Lächeln) spielen oder ob sie ehrlich gemeint sind.

Ein gutes Verkaufsgespräch besteht aus rationalen und aus emotionalen Elementen. Beide Bestandteile sind wichtig, wobei Emotionen den größeren Einfluss auf die Kaufentscheidung haben. Der Schlüssel zum persönli-



Der Kunde erkennt sehr schnell, ob eine Emotion echt ist oder nur gespielt.

chen Verkaufserfolg liegt also darin, **die relevanten Emotionen** der jeweiligen Kunden zu erkennen und diese **richtig anzusprechen**.

Was sind Emotionen?

Gefühle sind ein sehr wichtiger Bestandteil des Lebens, Menschen nehmen ihre Mitmenschen und ihre Umgebung sehr viel über Emotionen wahr. Deshalb ist es enorm wichtig,



- 1 Bringen Sie sich vor einem Kundentermin in eine gute Stimmung. Dann sind Sie automatisch glaubwürdig und authentisch.
- 2 Machen Sie sich von Ihrem Kunden ein attraktives Bild in Ihrem Kopf. Das beeinflusst Ihr Denken und Verhalten positiv.
- 3 Achten Sie auf Ihre Körpersprache: Eine gerade Haltung, offene Arme zum Kunden gerichtet, sagt ihm, dass er ist willkommen ist.
- 4 Gehen Sie auf Ihren Kunden zu und sagen Sie, dass Sie sich freuen ihn/sie wiederzusehen (auch bei schwierigen Kunden).

die richtigen Emotionen gezielt beim Verkaufen einzusetzen. So kann man direkt das Unterbewusstsein ansprechen, das letztendlich bei über 90 % der Kunden bestimmt, ob sie etwas kaufen oder nicht.

Das ist schwer vorstellbar? Hand aufs Herz, wie oft spielen bei Kaufentscheidungen der Preis und der eigentliche Bedarf nur eine untergeordnete Rolle – zum Beispiel beim Schuh- oder auch beim Autokauf? Wir wollen ein ganz bestimmtes Produkt haben (fast) egal zu welchem Preis. Und dies sehr oft aus völlig irrationalen Gründen, was wir uns, wenn wir mal ehrlich sind, auch noch ungerne eingestehen.

Auf das Institut bezogen heißt das: **Die Kunden kaufen keine Pflege, sondern den gewünschten Nutzen** („Was ist es und was macht es mit meiner Haut?“). Kunden kaufen die Erfüllung ihrer Wünsche, Träume und Hoffnungen. Für den Verkaufserfolg bedeutet das kurz gesagt: Je mehr Emotionen, desto mehr Umsatz und Gewinn.

Positive Gefühle erzeugen

Die Emotionssysteme im Kopf sind die Zentrale für alle Bewertungsprozesse. Sie entscheiden über Zustimmung oder Ablehnung, über Sympathie und

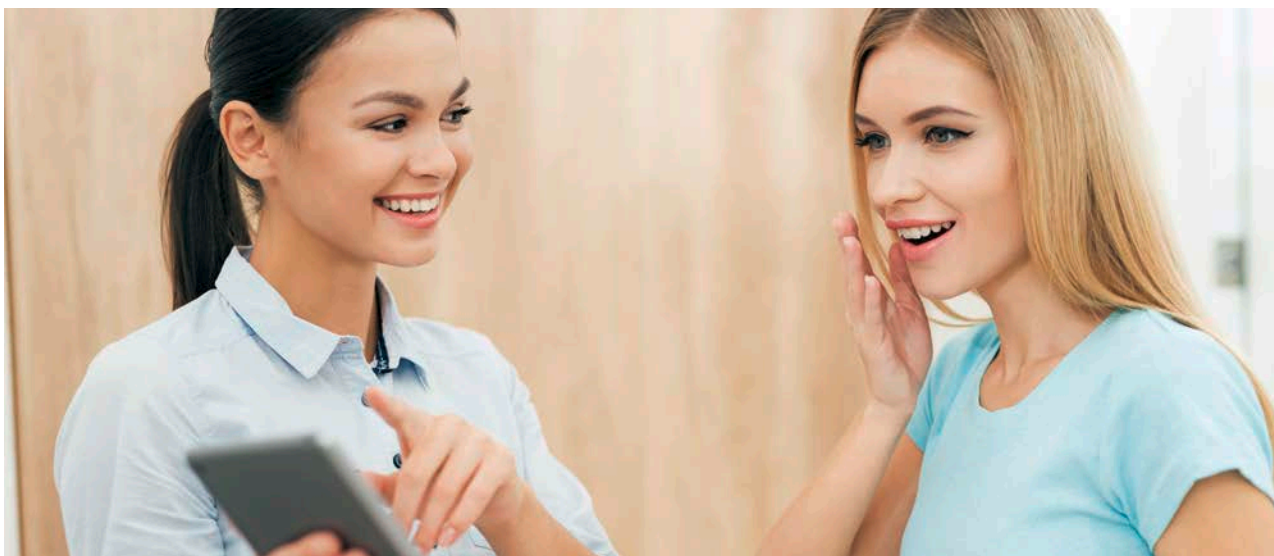
Vertrauen, über kaufen oder nicht kaufen. Für die meisten Menschen ist es heute normal, eher negativ zu sprechen, sich oft zu beschweren, ihrem Ärger Luft zu machen, als Wünsche und Bedürfnisse positiv zu kommunizieren.

Hier lassen sich ohne irgendwelche besonderen Tricks ganz einfach die eigenen Emotionen für den Verkauf nutzen: Mit Authentizität, Begeisterung für den eigenen Beruf, die Produkte, Behandlungen, die persönliche Ausstrahlung und Einfühlungsvermögen kann man ganz einfach punkten.

Da das Verkaufen schon in dem Moment beginnt, wenn der Kunde zur Tür reinkommt, können kleine Änderungen am Anfang bereits eine große Wirkung erzielen.

Die große Masse der Kunden ist in der Regel eher negativ eingestellt und zwar aus unterschiedlichen Gründen (z.B. Beruf, Wetter, ...), aber nicht aus Boshaftigkeit. **Um diese Kunden zu erreichen, ist es wichtig, eine „neue Sprache“ zu lernen.**

Um gleich in den ersten Sekunden eine positive Atmosphäre zu schaffen, ist noch vor dem Eintreffen des Kunden ein Blick auf seine Karteikarte hilfreich. Welche Dinge mag er gerne? Welche Informationen über Kinder, Haustiere, Partner, letzter Urlaub etc.



Authentizität und Begeisterung über den eigenen Beruf lassen auch beim Gegenüber ein gutes Gefühl entstehen.

Die innere Einstellung ermöglicht es, Chancen zu nutzen und zum Verkaufsabschluss zu kommen.

CHECKLISTE FÜR ERFOLGREICHES EMOTIONALES VERKAUFEN

- Stellen Sie sich immer die Frage, was sollen meine Kunden über mich, meine Produkte, Behandlungen und mein Institut denken?

- Weshalb sollen sie bei mir Kunde werden?

- Weshalb sollen sie diese Pflege kaufen?

- Nehmen Sie jeden Einwand Ihrer Kunden wahr und reagieren Sie mit Verständnis!

- Wählen Sie lösungsorientierte Argumente: Was ist es und was macht diese Pflege mit der Haut?

- Zeigen Sie den Kunden, was sich in Zukunft durch ihre Pflegeprodukte positiv ändern wird.

- Sprechen Sie in Bildern.

kann man für ein angenehmes Gespräch nutzen?

So erhält er das Gefühl von Vertrautheit und **Sie zeigen ihm, dass er Ihnen wichtig ist, dass Sie ihm Wertschätzung entgegenbringen.**

Persönlichkeit & Einstellung

Als Verkäufer ist die eigene Persönlichkeit das wichtigste und wirkungsvollste Markeninstrument. In der Beziehung zu den Kunden muss es sich immer wieder beweisen und auch seine Wirkung entfalten. Es ist wichtig, immer wieder zu zeigen, dass man anders ist als die große graue Masse an Verkäufern.

Die Kunden kommen, weil sie einen Bedarf, Wünsche und Ziele haben. Stimmen Sie die Kunden positiv! Das ist der Unterschied, den erfolgreiche Verkäufer für sich nutzen.



THOMAS DAHL

Der Autor hat sich als „der Beautyseller“ als Coach und Verkaufstrainer im Beautymarkt spezialisiert. Er gibt Schulungen für alle Berufsgruppen, die Beautyprodukte und Behandlungen anbieten. www.thomasdahl.at