

Stift und Papier sind die effektivsten Verkaufshilfen



1. Wie nimmt der Mensch Informationen auf

„Das Auge isst mit.“ Das gilt nicht nur für die gehobene Küche, sondern für alle Aktivitäten in der Verkäufer-Kunden-Kommunikation. Über 76 Prozent der Informationen werden visuell, über die Augen aufgenommen. Mit weitem Abstand, 14 Prozent, folgt dann die Aufnahme über die Ohren, wobei der Klang der Stimme einen sehr hohen Anteil der Wirkung ausmacht. Ein mit ruhiger, sicherer und sonorer Stimme präsentiertes Argument hat eine deutlich höhere Wirkung, wie der gleiche Inhalt, mit tonloser

oder nervösem Stimmklang vorgetragen. Den Rest, zehn Prozent, macht der Geruch, der Geschmack und der Tastsinn aus. Daher die alte Weisheit: „Ein Bild sagt mehr als tausend Worte.“

2. Warum sind handgemalte Skizzen wirksamer als schöne Drucksachen?

In der heutigen Zeit mit ihrer unüberschaubaren Medienvielfalt an Prospekten, Broschüren, Katalogen, DVDs, werden die Kunden von Sinneseindrücken erschlagen. All diese Medien präsentieren das fertige Ergebnis, gespickt mit vielen Zusatzinformationen, die zur Folge haben, dass der Kunde die wirklich relevanten Fakten übersieht. Er unterliegt einer Reizüberflutung. Gute Verkäufer präsentieren nicht das fertige Ergebnis, sondern stellen den Weg zum Ergebnis zeichnerisch dar. Damit kann der Kunde die Gedankengänge noch genauer nachvollziehen und versteht den Nutzen einer Lösung viel besser, als durch den schönsten Prospekt. Dabei ist es unerheblich, ob der Verkäufer zeichnen kann oder eine schöne Handschrift hat. Mit Strichen, Kreisen, Kästchen oder Kurven lassen sich viele komplexe Themen grafisch darstellen. Neudeutsch heißt das Pencil Selling und ist seit Jahren eine in der Verkaufspraxis sicher funktionierende Methode.

3. Wie der Kunde komplexe Sachverhalte noch besser versteht

Gerade die Themen, die für den Kunden nicht so einfach verständlich sind, lassen sich zeichnerisch wirksamer vermitteln. Wenn der Kunde entweder Kaufmann ist und technische Zusammenhänge für ihn ein unbekanntes Terrain sind, oder weil er Techniker ist und kaufmännische Begriffe ihm eher fremd sind. Er wird Ihnen dankbar sein, wenn Sie der sind, der ihn endlich anschaulich und verständlich informiert. Hat der Kunde eine Broschüre vor sich, dann muss er mühsam die für ihn wichtigen Daten und Fakten aus dem Wust von Informationen und Garnierungen herausfiltern. Das bedeutet, er verliert viel Zeit, weil er zunächst auch die unwesentlichen Informationen aufnehmen muss. Mit der grafischen Begleitung Ihrer Argumentation kann der Kunde Schritt für Schritt Ihre Argumente nachvollziehen. Sie dringen tiefer in sein Bewusstsein hinein und haben damit einen stärkeren Einfluss auf seine Entscheidungsfindung.

4. Warum der Verkäufer mit Pencil Selling kompetenter wirkt

Während gedruckte Informationen in Prospekten uniform und standardisiert wirken, da sie ja alle ansprechen müssen, suggeriert das händische Skizzieren der Lösung eine individuelle Beratung. Der Kunde spürt, dass sich der Verkäufer speziell auf ihn konzentriert und auf seine individuellen Bedürfnisse eingeht. Es wirkt auch sehr sicher und kompetent, wenn der Verkäufer, quasi aus dem Stand heraus, komplexe Sachverhalte grafisch darstellt, während er mit dem Kunden spricht.

5. Welche Kunden mögen Skizzen?

„Darf ich das mal kurz aufzeichnen?“ ist eine Formulierung, mit der Sie sicher gehen, dass der Kunde auch nichts gegen die Methode des Pencil Selling einzuwenden hat. Es wird immer einen kleinen Prozentsatz von Menschen geben, die es gewohnt sind, auch komplexe Themen alleine im Kopf zu verarbeiten, aber die überwiegende Anzahl wird Ihnen dankbar sein, wenn Sie das Gesagte visuell unterstreichen. Vor allem technisch geprägte Kunden schätzen Skizzen und symbolische Darstellungen. Auch ist es für den Verkäufer ein Gradmesser für die Kauftemperatur des Kunden, wenn er sich für die grafische Darstellung im Gespräch interessiert. Wenn die gewünschte Wellenlänge und Interesse da ist, wird mancher Kunde anfangen, in der Zeichnung mitzumalen. Auffallend ist, dass nahezu alle Kunden Wert darauf legen, die handgemalten Skizzen zu behalten. Sie repräsentieren einen höheren Erinnerungswert.



HANS-FISCHER-SEMINARE

St. Wendelinstrasse 9

86932 Pürgen-Lengenfeld

Fon: 08196 998210

Fax: 08196 998212

www.fischerseminare.de

Bildquelle: © Rainer Sturm www.pixelio.de

Autor(en): *Hans Fischer*

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2012