



Magische Worte im Verkauf

- ▶ „Das Wort „und“ verbindet Getrenntes zu einer zusammenhängenden Einheit.“ *Roland Frank*
- ▶ Beispiel: Kunde behauptet: „Das versprechen doch alle Anbieter.“ Verkäufer antwortet: „Sie haben Recht, das versprechen alle, **und** darum habe ich für Sie handfeste Beweise dabei.“
- ▶ „Mit dieser Softwarelösung **sichern** Sie sich jederzeit eine hohe Qualität.“
- ▶ „Dadurch **sparen** Sie sich zusätzliche externe Kosten.“
- ▶ „Diese neue Funktion **erleichtert** die Bedienung.“
- ▶ „Mit diesem Verfahren **steigern** Sie Ihren Output um 20 –25%“
- ▶ „Damit **erweitern** Sie Ihre Einsatzmöglichkeiten.“
- ▶ „Dadurch **fördern** Sie die Zufriedenheit Ihrer Mitarbeiter.“
- ▶ „Das **ermöglicht** Ihnen eine höhere Genauigkeit.“
- ▶ Magische Worte sind immer positive Formulierungen. Sie befriedigen unbewußt unsere Basisbedürfnisse nach Sicherheit und Bequemlichkeit (Maslow-Pyramide), die den höchsten Einfluss auf eine Entscheidung ausüben.

„Tue eine Sache und du wirst die Kraft dazu haben.“

Emerson

Realitäten wahrnehmen

- ▶ In nicht wenigen deutschen Unternehmen haben Mitarbeiter, die direkt mit Kunden zu tun haben, nicht viel Entscheidungsbezug. Dagegen haben die, die was zu sagen haben, wenig mit Kunden zu tun.
- ▶ Das erklärt einige Unternehmensentscheidungen.
- ▶ Manche Entscheider leben in einem Biotop mit einer eigenen Wirklichkeit.

„Sobald ein Mensch sich an eine Aufgabe heranmacht, von der er glaubt, dass sie zu lösen ist, ändert sich sein ganzes Verhalten. Er ist bereits auf halbem Weg zu der gesuchten Antwort.“
Dr. Norbert Wiener