

A man with dark hair, wearing glasses and a dark suit with a white shirt and a patterned tie, is speaking. He has a small microphone clipped to his lapel. His right hand is raised, showing three fingers. The background is dark with some blurred lights.

# TIPPGEBER VERKAUFEN

Die 30 Kaufknopf-Tipps

NORBERT BECK

Norbert Beck

**TIPPGEBER VERKAUFEN**  
Die 30 Kaufknopf-Tipps

## ANMERKUNG

Um die Leserlichkeit dieses Tippgebers zu optimieren, habe ich in der Regel die maskuline Schreibform gewählt. Dies ist als eine rein sprachliche Festlegung, ohne sozialen Bezug, zu verstehen. Selbstverständlich und ausdrücklich ist bei den verwendeten Formulierungen, wie „Verkäufer“, „Kunde“ et cetera, die weibliche Form immer mit einbezogen. Herzlichen Dank für Dein Verständnis.

Norbert Beck

# **TIPPGEBER VERKAUFEN**

Die 30 Kaufknopf-Tipps

© 2021 Norbert Beck

Verlag:

Norbert Beck Service WM

Sportheimstraße 4 a

92318 Neumarkt

Tel. 09181-5316503

E-Mail: [n.beck@servicewm.de](mailto:n.beck@servicewm.de)

Internet: [www.servicewm.de](http://www.servicewm.de)

Druck: epubli – ein Service der neopubli GmbH, Berlin

Das Werk, einschließlich seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlages und des Autors unzulässig. Dies gilt insbesondere für die elektronische oder sonstige Vervielfältigung, Übersetzung, Verbreitung und öffentliche Zugänglichmachung.

# INHALTSVERZEICHNIS

|  |    |
|--|----|
| VORWORT .....                              | 7  |
| MENSCHEN KAUFEN EMOTIONEN.....             | 9  |
| LMAA - Lächle <b>Mehr Als Andere</b> ..... | 12 |
| VERKAUFEN IST WIE LIEBE.....               | 15 |
| FRAUEN TICKEN ANDERS ALS MÄNNER .....      | 18 |
| WAS DU DENKST; DAS BIST DU.....            | 21 |
| MACHE KURZE PAUSEN .....                   | 24 |
| MISS DEINEN KUNDENBEZIEHUNGSINDEX.....     | 27 |
| LERNE REKLAMATIONEN LIEBEN .....           | 30 |
| NUTZE DIE BEGEISTERUNGSFORMEL.....         | 33 |
| SERVICE IST SEXY.....                      | 36 |
| SUCHE SERVICE-INNOVATIONEN .....           | 39 |
| BESTIMME DIE KAUFKNOPFTYPEN .....          | 42 |
| GOOGLE IM KUNDENKOPF .....                 | 46 |
| TRENNE DICH VON KUNDENVAMPIREN .....       | 49 |
| LOBE DICH TÄGLICH .....                    | 53 |
| GEWINNE DIE SYMPATHIE DEINES KUNDEN .....  | 59 |
| SEI FREUNDLICH ZU DIR SELBST.....          | 62 |
| MEDITIERE TÄGLICH.....                     | 65 |

|  |     |
|--|-----|
| STÄRKE DEINE EMOTIONALE FITNESS .....      | 68  |
| VERKAUFE MULTISENSORISCH .....             | 71  |
| BEACHTE DEN GUTE-LAUNE-MODUS .....         | 74  |
| NUTZE DIE SPIEGELNEURONEN .....            | 77  |
| HORCHE HIN .....                           | 80  |
| SCHÄTZE DEN LEBENSWERT DEINES KUNDEN ..... | 83  |
| STELLE DICH FREUNDLICH EIN .....           | 86  |
| SEI NICHT EVERYBODY`S DARLING .....        | 93  |
| VERGISS NIE ZU VERKAUFEN .....             | 96  |
| SEI GLÜCKLICH .....                        | 99  |
| SCHLUSSWORT.....                           | 103 |
| LITERATURVERZEICHNIS .....                 | 104 |
| AUTOR.....                                 | 106 |
| IMPULSVORTRÄGE UND SEMINARE .....          | 107 |

# VORWORT

Es ist Januar 2021. Die zweite Corona-Welle hat mich, wie viele andere, beruflich erst einmal ins Homeoffice geschickt. Ich lasse die letzten 15 Jahre meiner Tätigkeit als Macher der Service Weltmeisterschaft in Deutschland nochmal vor meinem geistigen Auge Revue passieren. Mir kommen die 155 schönen deutschen Städte in den Sinn, die ich im Rahmen unserer Service Weltmeisterschaft als Vortragsredner und Verkaufstrainer besuchen durfte. Meine Notizen, die ich mir von den interessantesten Gesprächen mit erfolgreichen Unternehmerinnen, Unternehmern, Spitzenverkäuferinnen und Spitzenverkäufern deutschlandweit gemacht habe, lese ich gespannt durch. Die wichtigsten Ergebnisse der Kundenbefragungen, die ich für mehr als 5000 Unternehmen ausgewertet habe, durchforste ich nach Informationen, die zeigen, was sich Kundinnen und Kunden in Deutschland von Verkäufern wünschen. Warum werden Verkäufer von ihren Kunden aktiv weiterempfohlen? Diese Frage habe ich tausendfach ausgewertet. Eine Frage wurde mir auf meinen Vortragsreisen immer wieder gestellt. „Haben Sie einen Tipp für mich, wie ich noch erfolgreicher verkaufen kann?“ Aus dem einen Tipp, wurden im Laufe der letzten 15 Jahre 30 Tipps, die ich in diesem Tipgeber zusammengefasst habe. Ich nenne dieses Taschenbuch bewusst Tipgeber und nicht Ratgeber,



weil ich niemandem einfach ungebetene Ratschläge geben will. Ein ungebetener Ratschlag ist nämlich auch immer ein Schlag gegen das Selbstwertgefühl des Adressaten. In Verkaufsseminaren wird vieles versprochen: Die eine goldene Abschlusstechnik, die alle Verkaufsprobleme löst. Die eine goldene Fragetechnik, mit der Du alle Wünsche Deiner Kunden erfahren kannst und so weiter. Die Neurowissenschaft hat längst bewiesen, dass nachhaltige Veränderungen eine gewisse Zeit brauchen. Dein Gehirn muss sich erst umprogrammieren, damit Du neue Verhaltensmuster kultivieren kannst. Deshalb solltest Du jeden Tag mindestens einen Kaufknopf-Tipp umsetzen. Wenn Du das schaffst, verspreche ich Dir, dass sich Dein Verkäuferleben in einigen Wochen nachhaltig positiv ändern wird. Wahrscheinlich wirst Du damit auch beruflich noch erfolgreicher, sicher aber wirst Du glücklicher.

Das wünsche ich Dir von ganzem Herzen.

Dein Norbert Beck

Macher der Service Weltmeisterschaft

# MENSCHEN KAUFEN EMOTIONEN

„Bring die Menschen entweder zum Lachen oder zum Weinen. Alles dazwischen versinkt im tiefen Ozean der Langeweile.“

*Unbekannt*

Die moderne Hirnforschung hat es bewiesen. Es sind Emotionen, die im Hirn der Kunden einen Wert und Bedeutung schaffen. Für Verkäufer bedeutet das, wenn sie Kunden etwas verkaufen möchten, muss das Produkt oder die Dienstleistung einen emotionalen Wert für das Kundenhirn haben. Emotionen entstehen im Unterbewusstsein, im sogenannten Emotionshirn. Sie machen sich in Form von Gefühlen bemerkbar, wenn sie in das Bewusstsein des Kundenhirns gelangen. Das geschieht im sogenannten Denkhirn. Diese zwei Hirnbereiche sind an Kaufentscheidungen beteiligt. Das Emotionshirn, also das Unterbewusstsein, bestimmt zu mehr als 80% das Kaufverhalten des Kunden. Das heißt, dass das Bewusstsein des Kunden nur bei einem kleinen Teil seiner Kaufentscheidungen wirklich beteiligt ist. Der Boss im Kundenkopf ist sein Emotionshirn! Im Emotionshirn befinden sich 3 Kaufknöpfe. Der Spaßknopf, der Machtknopf und der Sicherheitsknopf.

Der Spaßknopf will möglichst viel Freude und Abwechslung haben sowie Langeweile vermeiden. Der Machtknopf will unabhängig sowie leistungsfähig sein und strebt nach einem hohen sozialen Status und Macht. Ohnmacht hasst der Machtknopf wie die Pest. Der Sicherheitsknopf will möglichst gute Beziehungen haben, geliebt werden und Unsicherheit unbedingt vermeiden. Jeder Kunde hat alle 3 Kaufknöpfe in seinem Hirn. Einen davon präferiert er aber besonders. Wenn Du diesen Lieblingskaufknopf herausfindest und ihn kräftig drückst, hast Du die Chance, dass das Emotionshirn Deines Kunden einen Kauf auslöst. Also mache Dich auf die Suche nach dem Lieblingskaufknopf im Hirn Deiner Kunden! Lerne mit dem Emotionshirn im Unterbewusstsein Deiner Kunden besser zu kommunizieren als Deine Wettbewerber. Lerne Deine Produkte und Dienstleistungen mit Emotionen aufzuladen, dann wirst Du Dich in den Kaufautomatikspeicher der Kundenhirne einbrennen. Das ist die Voraussetzung für nachhaltige, loyale Kundenbeziehungen sowie treue Kunden.



# LMAA - Lächle Mehr Als Andere

„Wer kein freundliches Gesicht hat,  
der sollte kein Geschäft eröffnen.“

*chinesisches Sprichwort*

Der meistgenannte Grund, warum Verkäufer weiterempfohlen werden, ist ihre Freundlichkeit. Kunden in Deutschland empfehlen die Verkäufer aktiv weiter, von denen Sie freundlich empfangen, beraten, bedient und behandelt werden. Wichtigstes Merkmal von Freundlichkeit im Kundenkontakt ist das Lächeln des Verkäufers. Zunächst hebt das Lächeln des Verkäufers die Stimmung des Kunden durch Ausschüttung des Glückshormons Serotonin. Ein lächelnder Verkäufer setzt im Hirn seines Kunden aber auch noch das für die Kaufbereitschaft wichtige Vertrauenshormon Oxytocin frei. Es baut das natürliche Misstrauen gegenüber dem Verkäufer ab. Ein lächelndes Gesicht ist also ein sehr wirkungsvoller Umsatzverstärker. Aber auch für den Verkäufer selbst, ist sein Lächeln vorteilhaft. Es stärkt sein Immunsystem, senkt seinen Blutdruck und reduziert Stress. Konflikte kann man mit einem beschwichtigenden Lächeln mildern. Das wussten bereits in der Urzeit die Urmenschen. Traf ein Urmensch auf einen anderen

Urmenschen, zog er eine Lachgrimasse, wenn er friedlich gesonnen war. Ein freundliches Gesicht im Kundenkontakt, ist die Arbeitskleidung des Verkäufers. Wenn Du an einem Tag vergessen hast, diese Arbeitskleidung anzulegen, dann wird es eng mit dem Verkaufen. Der Spaßknopf im Kundenhirn hat nämlich keine Lust, sich mit unfreundlichen Menschen zu umgeben. Der Machtknopf des Kunden fühlt sich von Unfreundlichkeit angegriffen und sein Sicherheitsknopf wittert Gefahr bei unfreundlichen Gesichtern. Wenn Du das merkst, dann zieh schnell Deine Arbeitskleidung „freundliches Gesicht“ an. Schenke Deinen Kunden eine freundliche Begrüßung, garniert mit einem „echten“ Lächeln. Beim „echten“ Lächeln ziehen sich Deine Mundwinkel nach oben, und es bilden sich Lachfältchen unter Deinen Augen. Der Kunde erkennt unbewusst immer, ob Dein Lächeln „echt“ oder „unecht“ ist.



# AUTOR



Norbert Beck ist seit 15 Jahren der Macher der Service Weltmeisterschaft. Als gefragter Key-Note Speaker zu den Themen "Der Kaufknopf im Kundenkopf", "Service ist sexy" und „Resilienz im Kundenkontakt“, hielt er bisher mehr als 500 Vorträge für namhafte Unternehmen und Organisationen in 155 deutschen Städten. Er ist mehrfacher Buchautor und leitete 3 Jahre den Campus der Fachhochschule für angewandtes Management in Neumarkt, mit Lehrtätigkeit im Bereich Marketing. Mehr als 150 Presseartikel in renommierten Tageszeitungen wurden über seine Inhalte und Vorträge veröffentlicht. Unter anderem in der Rheinischen Post, Münchner Merkur, Westdeutsche Allgemeine Zeitung, Stuttgarter Zeitung, Bonner Generalanzeiger, Frankfurter Rundschau, Berliner Zeitung.



# IMPULSVORTRÄGE UND SEMINARE

## **Der Kaufknopf im Kundenkopf**

Infos unter [www.becknorbert.de](http://www.becknorbert.de)

## **Service ist sexy**

Infos unter [www.servicewm.de](http://www.servicewm.de)

## **Resilienz im Kundenkontakt**

Infos unter [www.resilienz.jimdosite.com](http://www.resilienz.jimdosite.com)

## **KONTAKT:**

Norbert Beck Service WM  
Sportheimstraße 4a  
92318 Neumarkt in der Oberpfalz  
Tel. 09181-5316503  
[n.beck@servicewm.de](mailto:n.beck@servicewm.de)  
[www.servicewm.de](http://www.servicewm.de)  
[www.becknorbert.de](http://www.becknorbert.de)

# ÜBERZEUGEN KANNST DU ÜBER ZEUGEN

## **Rheinische Post:**

"Seine Aussagen ließen an Deutlichkeit nichts zu wünschen übrig, seine Rhetorik war mitreißend, die Inhalte zeitgemäß."

## **Leipziger Volkszeitung:**

"Emotions-Marketing-Experte Norbert Beck begeistert zum Auftakt der Kampagne „Top Service vor Ort“ in der LVZ Kuppel."

## **Aachener Zeitung:**

"Der Experte für Emotionsmarketing, renommierte Referent und Buchautor zog die Zuhörer in den Räumen der Kreissparkasse in der Kreisstadt in seinen Bann."

## **Bonner Generalanzeiger:**

"Beck weiß, wie Service-Strategien erfolgreich entwickelt werden können und mit pfiffigen Leistungen schließlich aus Kunden Fans werden."

## **Cuxhavener Nachrichten:**

"Dieser Mann weiß, wie der das Publikum mitnehmen kann: Norbert Beck ist unterhaltsam. Er ist informativ. Und er weckt Emotionen. Kein Wunder, er ist schließlich Experte für Emotionsmarketing."