

Inhalte Life-Seminar

„Der Kaufknopf im Kundenkopf“



80%+x aller Kaufentscheidungen werden vom Emotionshirn, dem Unterbewusstsein des Kunden getroffen. Das heißt: Menschen kaufen Emotionen, keine Produkte, keine Dienstleistungen. Es gibt 3 Emotionssysteme in den Kundenköpfen, ich nenne sie die 3 Kaufknöpfe.



Es gibt ein einfaches Werkzeug, mit dem man den bevorzugten Kaufknopf des Kunden schnell herausfindet, um die Verkaufsargumente, Produktnutzen und Vorteile wie ein Chamäleon entsprechend anzupassen. Dieses Werkzeug heißt Kaufknopf-Typisierung.



Den Unterschied zwischen Frauen und Männern beim Einkaufen habe ich in den letzten 14 Jahren im Rahmen unserer Service Weltmeisterschaft in 150 Städten immer wieder selbst beobachtet. Frauen sind beim Einkaufen sog. Maximiserinnen. Männer sog. Minimizer.



Der meistgenannte Grund, warum Kunden heute weiterempfohlen werden ist die Freundlichkeit. Kunden in Deutschland empfehlen die Unternehmen aktiv weiter, von denen Sie freundlich empfangen, beraten, bedient und behandelt werden.



Der zweit meistgenannte Weiterempfehlungsgrund bei der Auswertung von 500.000 Kundenmeinungen ist Vertrauen. Unsere Kunden wollen uns vertrauen können. Das Vertrauen eines Kunden zu gewinnen, dauert oftmals Jahre, es zu verlieren nur wenige Sekunden.



Der dritt meistgenannte Weiterempfehlungsgrund ist Wertschätzung, die wir unseren Kunden zeigen. Wertschätzung bedeutet neben zeitnaher Reaktion auf Anfragen, Reklamationen etc. auch, den Wert des Kunden zu schätzen, wenn man den Lebenswert eines Kunden berechnet.



Verkaufserfolg hängt wesentlich von den Einstellungen der Mitarbeiter im Verkauf ab. Die wichtigste Einstellungen für erfolgreiche Verkäufer ist ein realistischer Optimismus. Realistischen Optimismus kann man trainieren, wie einen Muskel.



Ein maßgeblicher Faktor, der bestimmt, wie lange unsere Kunden treu bleiben ist die Art und Weise, wie wir mit Reklamationen umgehen. Erstklassige Reklamationsbearbeitung ist eine Riesenchance, unsere Kunden zu begeistern und langfristig zu loyalisieren. Loyalität bedeutet freiwillige Treue.



Der Erfolgsfaktor Nummer 1 im Verkauf heutzutage ist die emotionale Fitness der Verkäuferinnen und Verkäufer. Wie stark die emotionale Fitness von Menschen ist, hängt wesentlich davon ab, wie sie mit Stress umgehen und wie sie ihre Emotionen steuern können, vor allem in schwierigen Situationen mit Kunden.



Die besten Verkäufer stellen sich immer wieder folgende Frage: Wie kann ich meinen Kunden an den wichtigsten Begegnungspunkten mit unserem Unternehmen positive Emotionen geben und negative Emotionen vermeiden. Dabei konzentrieren sie sich auf die wichtigsten Begegnungspunkte.



Jedes einzelne Wort, das der Kunde im Verkaufsgespräch hört, wird im Hirn des Kunden in eine neuronale Suchmaschine eingegeben. Jedes einzelne Wort ist ein Suchbegriff für das Kundenhirn und aktiviert jetzt die Emotionen, mit denen dieses Wort im Kundenhirn verknüpft ist.