

Nur Mut!

Keine Angst vor dem Nein der Kunden

Sie sind überzeugt von den Produkten, mit denen Sie in Ihrem Institut arbeiten. Trotzdem fällt es Ihnen schwer, sie Ihren Kunden zu verkaufen, weil Sie ein Nein als persönliche Niederlage sehen? Hier macht die Übung den Meister!

Wer im Verkauf tätig ist, muss zwangsläufig mit einer Anzahl von Absagen rechnen – das ist ein Teil des Jobs. Weniger erfolgreiche Verkäufer haben jedoch oft Angst vor dem Nein. Sie fürchten eine Beschädigung ihres Egos oder eine emotionale Zurückweisung. Ablehnung kann, wie jeder am eigenen Leib schon gespürt hat, eine sehr unangenehme Erfahrung sein. So versuchen wir, diese zu vermeiden: Wir reden um den heißen

Brei herum, nur um der Abschlussfrage aus dem Weg zu gehen. Doch nur durch Übung, nicht aber durch Vermeiden, lässt sich schließlich die Nein-Quote reduzieren. Profi-Verkäufer fragen aktiv nach dem Ja.

Ganz zwanghaft will unser Hirn immerzu weg vom Negativen und hin zum Positiven. In Gefahrensituationen wird unser Denkhirn dabei zurückgeschaltet und die Amygdala tritt in Aktion. Sie ist unser neuronales Gefahrenradar. Sie hat vor allem die Aufgabe, uns vor Schäden zu bewahren. Und jedes Nein eines Kunden ist eine potenzielle Gefahr. Es bedeutet Niederlage, Blamage, Liebesentzug. Jedes „ich muss es mir noch einmal überlegen“ klingt da doch sehr viel freundlicher.

Wie der Körper reagiert

Die Amygdala bereitet uns in kritischen Situationen auf adäquates Verhalten vor: Ohne dass wir dies groß beeinflussen könnten, fängt unser Herz an zu rasen, Blutdruck und Atemfrequenz steigen, die Hände werden feucht, die Knie weich, die Pupillen weit. Die Muskulatur spannt sich an, wir kriegen eine Gänsehaut. Die Nebennieren entladen ihre Vorräte an Adrenalin in das vorbeifließende Blut. Unser

So besiegen Sie die Angst!

Stimmen Sie sich mental auf das Gespräch ein. Freuen Sie sich auf Ihren Gesprächspartner – und auf Ihr Lampenfieber. Seien Sie zuversichtlich und denken Sie an frühere Erfolge. Lesen Sie in Ihrem Erfolgsbuch nach, wie Sie dabei vorgegangen sind und was genau Sie erfolgreich machte. Und wenn Sie noch kein Erfolgsbuch führen, dann legen Sie sich eins an. **Falls die Aufregung zu groß wird:** Atmen Sie mehrmals bewusst tief und langsam in den Bauch. Legen Sie hierzu Ihre Hand auf das Zwerchfell, es muss sich fühlbar wölben. Trinken Sie reichlich Wasser, das spült das Adrenalin aus dem Blut. Und wenn die Angst übergroß erscheint: Gehen Sie in den Waschraum und schneiden Sie kräftig Grimassen im Spiegel. Schließlich mit einem „Stoßseufzer“ die ganze Anspannung loslassen – und dann mit einem Lächeln zum Auftritt gehen.



Körper wird vollautomatisch vorbereitet auf: abhauen, wehren oder totstellen. Parallel dazu wird in Sekundenbruchteilen unser zerebraler Erfahrungsspeicher nach einer passenden Lösung durchsucht. Wird keine solche gefunden, schwemmt zusätzlich das Stresshormon Kortisol aus. Gefühle von Hilflosigkeit, Ohnmacht und Verzweiflung machen sich breit. Wir beginnen zu stottern oder dummes Zeug zu reden. Erst viel später, wenn wieder klar Schiff ist, fallen uns die richtigen Worte ein. Lampenfieber und Prüfungsangst sind ausgeprägte Phänomene dafür.

Um die Angst zu besiegen, muss man der Gefahr ins Auge sehen. Was passiert schlimmstenfalls, wenn Verkaufsgespräche zu keinem

Ergebnis führen? Ein Nein ist kein Beinbruch! Und: Nicht gefragt ist auch ein Nein. Also: Einfach fragen! Und dann: Ein Ja erwarten – aber auch ein Nein einkalkulieren. So verlieren Sie die Angst vor dem Scheitern. Denn nicht jedes Verkaufsgespräch ist von Erfolg gekrönt. Manchmal ist es sogar besser, aufzugeben. Mit einer klaren Ausstiegsoption können Sie entschlossener und bestimmter Ihrer Kundin gegenüber auftreten.

Trauen Sie sich!

Jeder Abschluss beginnt also im eigenen Kopf. Am besten, Sie haben ihn vor Ihrem geistigen Auge schon gemacht. Der Rest ist dann die bekannte, sich selbst erfüllende Pro-

phezeiung. Vorausgesetzt, Sie sind davon überzeugt, dass Ihr Angebot das Richtige für den Kunden ist. Ergreifen Sie die Initiative, fragen Sie nach dem Ja! Abschluss-Angst des Verkäufers erhöht automatisch die Kaufangst des Kunden. Denn Gefühle sind ansteckend. ■

Autorin

Anne M. Schüller ist Managementberaterin und Expertin für Loyalitätsmarketing. Sie war mehr als zwanzig Jahre in leitenden Vertriebs- und Marketingpositionen tätig. Die Diplom-Betriebswirtin und Autorin lehrt außerdem an Hochschulen.



Kontakt

www.anneschueller.de