



Emotionaler Verkauf

Ein gutes „Bauchgefühl“ bei Kunden und Kundinnen erzeugen und erfolgreicher verkaufen

TRI
LOGIE

Zielgruppe

Vertriebsmitarbeitende

Voraussetzung:

Teilnahme am Basistraining „Verkaufsgespräche führen“ und/oder Erfahrung im Vertrieb

Teilnehmende

Mitarbeitende aller Ebenen

Essenz

In diesem Training geht es um das Verkaufen an den Kopf aber vor allem an das „gute Bauchgefühl“ des Kunden. Die Teilnehmer erfahren, welche Bedeutung hinter der Psychologie des emotionalen Verkaufs steht. Sie erkennen, dass sie zuerst sich, dann das Produkt und zusätzlich „gute Gefühle“ verkaufen. Der Bauch des Kunden wird durch eine emotionale Sprache sowie die empathische Darstellung von Nutzen erreicht. Hierbei stehen auch Fachunterlagen (z.B. Produktbeschreibungen, Datenblätter) und Fachpräsentationen auf dem Prüfstand.

Methodik

Trainerinput, Diskussion, Kurzübungen, Gruppen- und Einzelarbeit, Kollegiale Beratung

Module

1 Tag

Seminarinhalt

Von der fachlichen Beratung zum emotionalen Verkauf

- Fachliches, Sachliches & Emotionen – eine Abgrenzung
- Von Fachargumenten zu emotionalen Ankern
- Wir verkaufen erst uns, dann das Produkt
- Die Bedeutung der Psychologie für den emotionalen Verkauf

Eine emotionale Beziehung aufbauen

- AIDA, Halo und das Bauchgefühl
- Signale der Kunden (Körpersprache, Stimme, Sprache) erkennen und nutzen
- Negativen Gefühlen und Äußerungen begegnen
- Vertrauens- und Glaubwürdigkeit erzeugen
- Neu-Gier erzeugen
- Von der Antipathie zur Sympathie

Kunden begeistern

- Storytelling – ZDF sind OK, aber Geschichten bleiben in Erinnerung
- Von der Story zum Produkt – die Brücke
- Mit gefühlvollen Anekdoten die Fachberatung emotionalisieren

Der Transfer in die Praxis

- Ausarbeitung eines Fahrplans für das nächste (emotionale) Kundengespräch
- Kollegiale Beratung
- Der Feinschliff für die Praxis