

EMOTIONALER VERKAUF

Ein gutes „Bauchgefühl“ beim Kunden erzeugen und erfolgreicher verkaufen

PROFIL	Vertriebsmitarbeiter Voraussetzung: Teilnahme am Basistraining „Verkaufsgespräche führen“ und/oder Erfahrung im Vertrieb
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
DAUER	1 Tag
TERMINE ORT	Inhouse-Seminar, Termin und Ort nach Absprache
INHALTE	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 be-geistern 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