

Bedarf oder Bedürfnis

Warum Kunden von Typen kaufen und nicht von reinen Verkäufern

Kennen Sie den Unterschied zwischen einem Bedarf und einem Bedürfnis?

Ein Bedarf ist etwas, was jemand zu einem ganz bestimmten Zeitpunkt benötigt. Ein Bedürfnis hingegen ist etwas Persönlicheres. So kann jemand den Bedarf an einem bestimmten Produkt oder einer konkreten Dienstleistung haben. Den gilt es zu ergründen – passgenau in einem Verkaufsgespräch. Was aber viel wichtiger ist, ist das grundsätzliche Bedürfnis eines Menschen, zum Beispiel das Bedürfnis nach Wertschätzung, verstanden zu werden oder einen Gesprächspartner zu haben, der Vertrauen und Sicherheit ausstrahlt. Ein Bedarf ist also konkret, die notwendige Bedingung, um zum Abschluss zu kommen. Das Bedürfnis ist grundsätzlicher. Hier ist Fingerspitzengefühl und Persönlichkeit gefragt. Das befriedigte Bedürfnis ist die hinreichende Bedingung. Beides muss stimmen. Der Mensch im Verkaufsgespräch stillt ein Bedürfnis, das Produkt den Bedarf.

Vor allem aber geht es darum, wie zunächst Bedürfnisse befriedigt werden müssen von Menschen, von echten Typen. Erst wenn das erreicht ist, kann der eigentliche Bedarf etwa nach einem bestimmten Produkt geklärt werden - und somit der Verkaufsabschluss erfolgen. Der Verkäufer und dessen Persönlichkeit, der Typ mit Charakter und kommunikativer Eloquenz, ist das erste, was verkauft. Erst dann folgt das Produkt. DU bist das Produkt – anders funktioniert es nicht.

Es geht um die Klärung des Bedarfs – aber natürlich ist auch das eine Frage kommunikativer Kompetenz und damit der Persönlichkeit. Denn auch während der Bedarfsklärung entscheidet hauptsächlich der Bauch, nicht der Verstand des Kunden. Während also geklärt wird, was auf der Produktebene gebraucht wird, müssen auch die Parallelbotschaften der Sympathie, des Verstehens, des Vertrauens, der Nahbarkeit und vor allem der Authentizität gesendet werden. Auf der Bedarfsebene agiert der Verkäufer, auf der Bedürfnisseebene die Persönlichkeit. Ist beides im Einklang, stimmt also die Chemie, hat der Kunde nach dem Kauf auch keine Reue, sondern das gute Gefühl, die richtige Entscheidung getroffen zu haben. Er sieht im Verkäufer einen Partner, eben einen Typen mit Charakter und keinen bloßen Bedarfsstiller, dem es nur auf das Geschäft an sich ankommt.



Motivationstrainer Dirk Schmid^{dt} muss es wissen. Er plaudert aus dem Nähkästchen zwanzigjähriger Verkaufs-Praxis. Heute zählt er zu den gefragtesten Experten für Motivation im deutschsprachigen Raum. Einem großen Publikum wurde er durch TV-Sendungen u. a. bei RTL, SAT1, WDR, NDR, N24, und Kabel1 bekannt. Zu seinen Kunden zählen AIDA, Allianz, Bayer, Deutsche Bank, DHL, Dr. Oetker, Mercedes, Microsoft, Pfizer, REWE, Sparkassen, Unilever und viele mehr.

amade Verlag, 2015, 156 Seiten, Preis 14,95 Euro

Taschenbuch (ISBN 978-3-9815194-8-8)

E-Book (ISBN 978-3-9817512-0-8)

Hörbuch (ISBN 978-3-9815194-9-5)

www.dirkschmidt.com

Klartext statt Schöngeist

wie Sie Menschen wirklich erreichen

Wer verkauft – sich selbst, ein Produkt oder eine Dienstleistung – muss die Menschen emotional erreichen. Der Bauch entscheidet zu mehr als 80 Prozent, ob wir etwas mögen und haben möchten, ob wir etwas annehmen oder bevorzugen oder es eben ablehnen. Der Verstand hingegen macht weniger als 20 Prozent aus. Der ach so gebildete und rationale Mensch ist eben doch nur ein mehr oder weniger instinktgesteuertes Wesen. Wie eröffne ich ein Gespräch? Wie hole ich Menschen ab? Wie erreiche ich sie emotional? Letztlich geht es um die Frage, wie spreche ich „kundisch“, also empfängerorientiert.

Ihr Kunde, Ihr Gegenüber sitzt auf seiner eigenen „emotionalen Insel“, hat bestimmte Erwartungen, Haltungen und „sein eigenes Päckchen“ zu tragen. Dieses zu erkennen, wertzuschätzen und ihn entsprechend abzuholen ist die vornehmste Aufgabe von Top-Verkäufern. Das macht sie zu Stars, die über ihre Persönlichkeit Vertrauen schaffen. Sie sprechen „kundisch“ und treffen ihr Gegenüber im Bauch und im Herzen – und über diesen Umweg dann auch im Verstand, also im Kopf. Der Kunde möchte nämlich rational nur die Dinge haben, die vorher sein Bauchgefühl schon positiv bewertet hat. Der Weg zum Kopf führt über den Bauch, oder, anders gesagt, der Weg zum Abschluss führt über den Verkäufer.

Produktargumentationen erreichen den Kunden nur in den allerseltensten Fällen. Stattdessen umso mehr der Verkäufer selbst – mit seiner Persönlichkeit. ER ist das eigentliche Produkt. Vor allem auf die Gesprächseröffnung kommt es dabei an: Wortwitz, Charme und Überzeugungskraft – Überzeugungskraft, die in der Personality des Verkäufers begründet liegt, nicht in 1000 Details, die das Produkt kennzeichnen – machen den Unterschied. Gefragt ist Klartext, authentisch, echt und klar verständlich, nicht schöngeistiges Argumentieren oder hochtrabende Analysen und Produktstudien. Die sind im besten Fall – im zweiten Schritt – der Aspekt, der den Kopf die Bauchentscheidung legitimieren lässt.



Motivationstrainer Dirk Schmid^{dt} muss es wissen. Er plaudert aus dem Nähkästchen zwanzigjähriger Verkaufs-Praxis. Heute zählt er zu den gefragtesten Experten für Motivation im deutschsprachigen Raum. Einem großen Publikum wurde er durch TV-Sendungen u. a. bei RTL, SAT1, WDR, NDR, N24, und Kabel1 bekannt. Zu seinen Kunden zählen AIDA, Allianz, Bayer, Deutsche Bank, DHL, Dr. Oetker, Mercedes, Microsoft, Pfizer, REWE, Sparkassen, Unilever und viele mehr.

amade Verlag, 2015, 156 Seiten, Preis 14,95 Euro

Taschenbuch (ISBN 978-3-9815194-8-8)

E-Book (ISBN 978-3-9817512-0-8)

Hörbuch (ISBN 978-3-9815194-9-5)

www.dirkschmidt.com

Kontakt, Kontrakt und die Verbindung dazwischen

Manche Leute haben ein gewinnendes Wesen. Kennen Sie solche Menschen? Die haben immer gute Laune, einen netten Spruch auf den Lippen, verstehen die anderen und kommen mit jedem gut aus. Diese Menschen mag scheinbar jeder. Und das alles, ohne dass sie sich verbiegen, sich anpassen bis zur Selbstverleugnung. Eher im Gegenteil, die wirken sogar authentisch und beweisen Charakter. Sie zeigen Persönlichkeit. Diese Menschen sind die geborenen Verkäufer – erfolgreich, unabhängig vom Produkt. Denn Sie verkaufen sich selbst. Sie gewinnen von Mensch zu Mensch.

In diesem Buch möchte ich Sie ermuntern, nicht mit Neid oder staunender Bewunderung auf solche Top-Verkäufer, die im Grunde Top-Persönlichkeiten sind, zu schauen, sondern sich selbst auf den Weg zu machen. Denn SIE können das auch. Verkaufen, insbesondere sich selbst verkaufen, kann jeder. Auch Sie. Die Methoden sind lernbar. Neben der inneren Einstellung und der Motivation zum Erfolg machen diese Top-Persönlichkeiten nämlich noch etwas: Sie bereiten sich intensiv auf jede Begegnung vor. Und zwar so lange, bis es ihnen in Fleisch und Blut übergegangen ist, bis die persönliche Vorbereitung zur Gewohnheit wird. Sie machen aus Kontakten Kontrakte – eben durch intensive Vorbereitung an und mit sich selbst. Damit meine ich nicht lange Aktenkunde oder Recherchen, sondern die Vorbereitung auf den perfekten Auftritt, die optimale Wirkung. So verkaufen sie jederzeit mit Charme, weil sie auf andere Menschen einen positiven Eindruck machen – sie schaffen Verbindungen auf der persönlichen Ebene

Lachen gehört dazu, aber auch der erste Eindruck, der in Sekundenbruchteilen entsteht und auf Gestik, Mimik, Kleidung, Körpersprache und der gesamten inneren und äußeren Haltung basiert. Stimmt der erste Eindruck, entstehen Vertrauen und Nähe. Kommen dann noch eine kreative Begrüßung, eloquentes Parlieren und intelligent überzeugende Rhetorik – nicht gelernte Sätze, sondern persönliche Worte aus dem Herz und dem Verstand – dazu, ist das Geschäft schon fast abgeschlossen – was auch immer Sie als Geschäft machen wollen. Diese Methoden des Verkaufens gelten nämlich gleichermaßen für soziale Kontakte, das Gewinnen eines neuen Partners oder die Verhandlung im Freundeskreis. Entscheidet also das Produkt? Nein! Sie entscheiden. Ihre Persönlichkeit.



Motivationstrainer Dirk Schmid^{dt} muss es wissen. Er plaudert aus dem Nähkästchen zwanzigjähriger Verkaufs-Praxis. Heute zählt er zu den gefragtesten Experten für Motivation im deutschsprachigen Raum. Einem großen Publikum wurde er durch TV-Sendungen u. a. bei RTL, SAT1, WDR, NDR, N24, und Kabel1 bekannt. Zu seinen Kunden zählen AIDA, Allianz, Bayer, Deutsche Bank, DHL, Dr. Oetker, Mercedes, Microsoft, Pfizer, REWE, Sparkassen, Unilever und viele mehr.

amade Verlag, 2015, 156 Seiten, Preis 14,95 Euro

Taschenbuch (ISBN 978-3-9815194-8-8)

E-Book (ISBN 978-3-9817512-0-8)

Hörbuch (ISBN 978-3-9815194-9-5)

www.dirkschmidt.com

Vergiss das Produkt, DU bist das Produkt

Es gibt Typen, denen liegt das Verkaufen im Blut. Die haben einfach Erfolg. Den reißen die Kunden das Produkt aus der Hand. Die sind ständig im Urlaub, fahren fette Autos und sind dabei noch beliebt – bei Kunden, Kollegen und dem anderen Geschlecht. Was machen die nur anders? Eine Antwort: Sie verkaufen nicht das Produkt, sondern sich selbst. Und den Nutzen des Produktes, den nur sie selbst so vermitteln können – mit Emotionalität, Persönlichkeit und Filmen im Kopfkinos des Kunden, für die sie selbst das Drehbuch schreiben. Einer dieser Typen könnten Sie sein. Ohne Tschacka und Laufen über glühende Kohlen. Es liegt allein an Ihren Gedanken.

Sie können sich auf Erfolg programmieren – im Verkauf und im Leben. Dabei gilt: Je positiver Sie über sich selbst denken, desto stärker wird Ihr Selbstbewusstsein. Und umso besser wird Ihre Ausstrahlung. Je positiver Sie die Dinge betrachten, die in Ihrem täglichen Leben passieren, umso stärker wird Ihre innere Motivation. Je stärker Sie von dem überzeugt sind, was Sie tun, umso größer wird die Wahrscheinlichkeit, dass Sie Erfolg haben werden.

Wenn Ihre Motivation erst einmal entfacht ist, wird sie zum Kraftstoff, den Sie sich selbst verabreichen und damit zum Motor Ihres Handelns. Daraus entsteht die Gelassenheit, die Ihre Kunden beeindruckt, die Courage, die Ihre Kunden fasziniert und Ihr Engagement, das sie schließlich überzeugt.

Ja, hier geht es um Verkäufer und um Verkaufen. Aber es geht auch um Sie und um das, was Sie als Mensch, als Ganzes darstellen. Wir verkaufen immer, uns selbst, jeden Tag und fast jede Minute. Ihre Gedanken bestimmen Ihr Handeln – und damit Ihren Erfolg. Programmieren Sie Ihre Gedanken auf Erfolg, werden Sie auch agieren wie ein Erfolgreicher. Und erfolgreiche Menschen sind beliebt. Erfolg ist ein Perpetuum mobile, keine zufällige Eintagsfliege.



Motivationstrainer Dirk Schmid^{dt} muss es wissen. Er plaudert aus dem Nähkästchen zwanzigjähriger Verkaufs-Praxis. Heute zählt er zu den gefragtesten Experten für Motivation im deutschsprachigen Raum. Einem großen Publikum wurde er durch TV-Sendungen u. a. bei RTL, SAT1, WDR, NDR, N24, und Kabel1 bekannt. Zu seinen Kunden zählen AIDA, Allianz, Bayer, Deutsche Bank, DHL, Dr. Oetker, Mercedes, Microsoft, Pfizer, REWE, Sparkassen, Unilever und viele mehr.

amade Verlag, 2015, 156 Seiten, Preis 14,95 Euro

Taschenbuch (ISBN 978-3-9815194-8-8)

E-Book (ISBN 978-3-9817512-0-8)

Hörbuch (ISBN 978-3-9815194-9-5)

www.dirkschmidt.com

Über unsere Verhältnisse, aber unter unserem Niveau

Warum wir viele Käufe nachher bereuen, manche aber nicht –
Was ein Top-Verkäufer haben muss, damit wir nicht bereuen

Wir alle kaufen täglich Produkte – Lebensmittel, Kleidung, Haushaltswaren, Elektroartikel und manchmal auch teuren Luxus. Manches von dem, was wir kaufen, bereuen wir nachher – nicht wegen des Produktes, sondern wegen Geldes, das wir dafür ausgegeben haben. In uns kommt das Gefühl hoch, dass irgendetwas nicht passt, wir vielleicht eine falsche Entscheidung getroffen haben. In seltenen Fällen aber haben wir weit über unsere Verhältnisse gelebt, und gehen trotzdem stolz und glücklich nach Hause. Wir haben uns etwas gegönnt, uns selbst verwöhnt. Die Ursache für dieses positive Gefühl ist in aller Regel nicht das gekaufte Produkt, sondern der Verkäufer, der es uns verkauft hat. Er hat es geschafft, uns dieses schöne Gefühl zu geben, mit dem einen, für uns unwiderstehlichem Argument, mit seinem Charme und seiner Art unseren Verstand und unser Herz zu erobern. Mit kommunikativen Geschick und taktischer Finesse sorgt er, der Top-Verkäufer, dafür, dass wir ihm immer wieder etwas abkaufen, ihn sogar gerne weiterempfehlen.

Dieser Verkäufer ist dann wohl sehr gut geschult und beherrscht die hohe Kunst, Menschen abzuholen und mit ihnen „kundisch“ zu kommunizieren – vom ersten Kontakt bis über den eigentlichen Verkauf hinaus. Wer „kundisch“ spricht, also so wie wir selbst, nimmt uns mit seiner Persönlichkeit ein. Das Produkt tritt in den Hintergrund, die Verkäuferpersönlichkeit steht im Fokus. Was also kaufen wir? In erster Linie den Verkäufer.



Motivationstrainer Dirk Schmid^{dt} muss es wissen. Er plaudert aus dem Nähkästchen zwanzigjähriger Verkaufs-Praxis. Heute zählt er zu den gefragtesten Experten für Motivation im deutschsprachigen Raum. Einem großen Publikum wurde er durch TV-Sendungen u. a. bei RTL, SAT1, WDR, NDR, N24, und Kabel1 bekannt. Zu seinen Kunden zählen AIDA, Allianz, Bayer, Deutsche Bank, DHL, Dr. Oetker, Mercedes, Microsoft, Pfizer, REWE, Sparkassen, Unilever und viele mehr.

amade Verlag, 2015, 156 Seiten, Preis 14,95 Euro

Taschenbuch (ISBN 978-3-9815194-8-8)

E-Book (ISBN 978-3-9817512-0-8)

Hörbuch (ISBN 978-3-9815194-9-5)

www.dirkschmidt.com