

## Der Konkurrenz um Nasenlängen voraus sein Eine Anleitung, wie man der Beste wird

Ich war kürzlich in Thailand, und dort sah ich Hunderte von Kleidergeschäften, die alle gleich waren. Das bedeutet, dass keiner davon richtig Geld verdienen kann.

Bei uns läuft etwas Ähnliches ab: Es werden Milliarden in Werbung und Marketing investiert – aber viel zu wenig in die Verbesserung der Kommunikation und des strategischen Vorgehens der einzelnen Mitarbeiter.

Genau da liegt jedoch Ihre Chance: Wenn Sie und Ihre Mitarbeiter die einzelnen Schritte meiner Methode in die Praxis umsetzen, tun Sie etwas, das in den meisten Fällen immer noch »einzigartig« ist – und dann muss sich Ihre Konkurrenz sehr warm anziehen!

### **Umberto-Saxer-Schritt 10: Die Aufmerksamkeit des Kunden vor der Präsentation wecken**

→ Dies ist übrigens der vierte Artikel zum Thema »Der Konkurrenz um Nasenlängen voraus sein«. Wenn Sie die anderen drei Artikel mit den ersten neun Schritten auch noch lesen möchten, dann senden Sie bitte eine E-Mail an [umberto@umberto.ch](mailto:umberto@umberto.ch). Wir schicken oder mailen Ihnen diese Texte gerne zu.

Wenn ich die einzelnen Schritte, die ich in dieser Artikelserie beschreibe, in meinem halbtägigen Intensivseminar durchnehme, geht dort buchstäblich die Post ab. Das Intensivseminar ist bei Einsteigern besonders beliebt, weil ich es zum halben Preis anbiete. Für viele Teilnehmer ist es der erste Live-Kontakt mit mir, und einige Leute sind auch nur da, weil sie der Chef geschickt hat. Wenn ich das Seminar beginne, stosse ich bei manchen auf viel Skepsis. Dann geht es darum, dass ich die Aufmerksamkeit meiner Teilnehmer auf den Sinn von Mitmachen und Lernen ausrichte. Wenn

ich das nicht machen würde, dann müsste ich mit erheblichem Widerstand rechnen, und das Seminar wäre für alle Beteiligten mühsam.

Das Gleiche gilt bei der Präsentation. Gelingt es Ihnen nicht, die Aufmerksamkeit des Kunden zu wecken, müssen auch Sie mit erheblichem Widerstand rechnen, wenn Sie Ihre Dienstleistungen oder Produkte präsentieren!

Noch schlimmer ist, dass viele potenzielle Kunden oder Seminarteilnehmer nicht einmal sprachlich den Widerstand ausdrücken, sondern ihn nur gedanklich üben. Sie mauern einfach und denken zum Beispiel: Das geht bei mir nicht, das ist bei mir anders, das brauche ich nicht, dafür habe ich keine Verwendung, das stimmt nicht, das ist nicht gut ... Das Perfide ist, dass Sie sich gegen gedankliche Widerstände viel weniger wehren können, weil Sie nicht wissen, wo Sie stehen und woher der Wind weht.

Widerstände habe ich dank meiner

Technik an meinen Seminaren fast nie. Das ist jedoch alles andere als normal. Es gibt Seminarleiter, die kaum den Mund aufmachen – und schon sagen die ersten Teilnehmer: »Das geht bei mir nicht!«

Was können Sie machen, damit diese Widerstände gleich im Keim erstickt werden und stattdessen echtes Interesse an Ihren Produkten oder Dienstleistungen entsteht?

1. Sie dürfen nicht einfach zeigen, was Sie haben. Finden Sie zuerst mit einer Kundenergründung (Schritt 9) heraus, welche Wünsche und Bedürfnisse Ihr Kunde hat. Unterscheiden Sie bei der Ergründung Produktmerkmale und Nutzen.
2. Wenn es der Kunde nicht von selbst äussert, können Sie jetzt mit dem Ein-Minuten-Verkauf (Schritt 7) Wünsche und Bedürfnisse wecken, die speziell für Ihre Produkte oder Ihre Dienstleistung sprechen.
3. Jetzt wissen Sie, wo die Interessen Ihres Kunden liegen, Sie wissen auch, was er sich wünscht und was er vermeiden möchte.



Dadurch wissen Sie genau, was Sie präsentieren können und was nicht! Vermeiden Sie Dinge, für die der Kunde keine Wünsche und Bedürfnisse geäußert hat. Dabei spielt es keine Rolle, ob er diese von sich aus geäußert hat oder ob Sie sie »geweckt« haben.

4. Erspüren Sie anhand Ihrer Erfahrungen und der Informationen, die Sie bekommen haben, wo die potenziellen Einwände und Widerstände versteckt sind.
5. Jetzt dürfen Sie immer noch nicht einfach mit der Präsentation beginnen! Erzählen Sie zuerst möglichst lebendige Beispiele oder Geschichten. Der Kunde soll anhand von konkreten Fällen erleben können, welche Probleme er vermeiden und welche Freuden er mit Ihrem Produkt gewinnen kann. Erzählen Sie die Geschichten so, dass Ängste/Bedenken genommen werden und Einwände/Widerstände hinwegschmelzen wie Schnee im Sommer.
6. Warten Sie immer noch, sagen Sie zuerst im Voraus, was der Kunde sehen und erleben wird! Wir Men-

schen sind darauf programmiert, dass wir das Negative stärker wahrnehmen als das Positive. Wenn Sie einfach alles zeigen, ist die Gefahr gross, dass der Kunde auf die Dinge achtet, die für ihn nicht stimmen, und nicht auf das, was für ihn stimmt. Die Zauberformel heisst: »Richten Sie die Aufmerksamkeit auf das aus, was der Kunde wahrnehmen soll!«

Zum Beispiel: »Sie haben mir gesagt, dass Sie die Kaltakquise total stresst und dass Sie mehr als zehn Anrufe für einen Termin bei einem Neukunden brauchen. Ich zeige Ihnen gleich eine Methode, wie Sie mit zehn Anrufen sieben Termine bekommen. Sie werden sehen, dass es mit viel weniger Stress geht, ja sogar Spass machen kann. Vielleicht denken Sie jetzt, das geht bei mir nicht. Da kann ich Ihnen versichern, dass auch die, die zuerst gedacht haben, dass es bei Ihnen nicht möglich ist, schnell sehr gute Resultate bekommen haben.«

Herr Meier hat schon nach dem halbtägigen Intensivseminar damit begon-

nen, seine Verkaufstechnik auf die 15 Schritte der Umberto-Saxer-Methodik umzustellen. Er sagte mir: »Umberto, ich war vorher schon gut, ich komme jedoch mit deiner Methode in ganz neue Dimensionen. Ich habe qualitativ viel bessere Termine, ich brauche weniger Kontakte für einen Abschluss, meine Abschlüsse wurden grösser, ich gebe weniger Rabatt, und die Kundenzufriedenheit wurde verbessert. Wie du sagst, es macht so richtig Spass! Übrigens, die Checkliste der 15 Schritte hat mir als Werkzeug für die Umsetzung viel gebracht.«

*PS: Jeder, der mir ein E-Mail auf [umberto@umberto.ch](mailto:umberto@umberto.ch) mit dem Stichwort »Checkliste für die 15 Schritte« sendet, bekommt diese gratis mit den nächsten Daten der halbtägigen Intensivseminare zugemailt.*

**In der nächsten Ausgabe von »Noch erfolgreicher!« geht die Rallye der erfolgreichen Schritte weiter.**

#### Autoren-Kurzbiografie

#### Umberto Saxer

Seit über 10 Jahren zählt Umberto Saxer nun zu den gefragtesten Verkaufstrainern im Deutschen Sprachraum. Seine Verkaufs-Kybernetik© hat er schon vorher in verschiedenen Branchen selbst entwickelt. Immer wieder zählte er in dieser Zeit zu den besten Verkäufern und Verkaufsleitern. Dadurch ist der Bezug zur Praxis enorm gross, so dass die Teilnehmer seiner Trainings das Gelernte sehr schnell anwenden und umsetzen können. Aktuelle Termine für sein berühmtes 5-stündiges Intensiv-Verkaufstraining finden Sie auf [www.umberto.ch](http://www.umberto.ch).



#### Informationen:

Telefon: +41 (0)52 368 01 88  
[info@umberto.ch](mailto:info@umberto.ch)  
[www.umberto.ch](http://www.umberto.ch)