# Die dritte Dimension des Verkaufserfolgs

Seit über zehn Jahren redet die Wissenschaft von der »Informationsflut«. In den letzten fünf Jahren hat sich das Kommunikationsverhalten der Menschen dramatisch geändert. Unsere Augen und Ohren sind total überfordert. Wer heute erfolgreich verkaufen will, muss den dritten Lernkanal des Fühlens, Anfassens und Begreifens wesentlich mehr und gezielter nutzen.

Der Mensch ist heute mehr denn je »bewegungserlebnisorientiert«. Durch die zunehmende Entwicklung zum »Kopfarbeiter« und den Rückgang körperlicher Arbeit wird der »bewegungserlebnisoriente« Weg immer wichtiger. Bewegungserlebnisorientierung finden wir zum Beispiel bei Ausgleichs-Sportarten, in der Freizeitindustrie, in Erlebnisparks oder Funbädern, in der Erlebnisgastronomie oder in Erlebniskaufhäusern. Der Begriff »haptisch« kommt aus dem Griechischen und definiert »Bewegungserlebnisorientierung« (siehe auch Kasten unten).

Die B&S Haptische Verkaufshilfen GmbH startete 1988 mit der 1. Patentierten Haptischen Verkaufshilfe für den erfolgreichen Verkauf von Personenversicherungen. Diese wurde für viele Finanzdienstleister zum Standardeinstieg in das Thema Einkommensabsicherung, weil der Kunde in nur drei Minuten selbst begreift, dass er Bedarf hat und welchen Bedarf er hat. Im Laufe der Jahre folgten noch weitere Patente.

**DER KUNDE BEGREIFT IN NUR DREI MINUTEN, WELCHEN BEDARF ER HAT.**

Karl-Werner Schmitz hat mit der Haptischen Lernmethodik über 8 000 Verkäufer individuell im Kreis von maximal 20 Teilnehmern mit dem Intervall-Powertraining ausgebildet, ihre eigene Professionalität zu entwickeln und ihre Verkaufserfolge zu steigern. Zu seinen Kunden zählen namhafte Versicherungen, Sparkassen, Raiffeisenbanken, Beiersdorf und viele Mittelstandsbetriebe.

INFO-LINK

**B&S Haptische Verkaufshilfen GmbH**
Mehr über Haptik im Verkauf erfahren Sie unter der Internet-Adresse www.haptische-verkaufshilfen.de.

Im Training wird das Wissen durch die Haptische Lernmethodik zu Können. Die Devise heißt: »learning by doing«. Durch die vier Bausteine in größer werdenden Intervallen lernt jeder, die Methoden in seine eigene, individuelle Art und Weise zu integrieren.

## INTERVALL-POWERTRAINING

Karl-Werner Schmitz (Foto) zählt seit 1988 zu den Spitzentrainern in der Branche. Er vermittelt in kleinen Gruppen bis maximal 20 Teilnehmern, wie sie ihre individuellen Fähigkeiten besser entwickeln und nutzen können. Durch die Aufbau-Struktur des Intervall-Powertrainings und der Haptischen Lernmethode erreicht jeder garantiert mehr Verkaufserfolg. Trainingstermine unter www.haptische-verkaufshilfen.de/interval.htm.

## HAPTISCHE VERKAUFSHILFEN

Der Begriff »haptisch« kommt aus dem Griechischen und bedeutet sinngemäß tasten, fühlen, anfassen, begreifen. Kurz beschrieben sind Haptische Verkaufshilfen Verkaufsgespräche zum Anfassen, die der Kunde selbst begreifen kann. Der Umgang wird mit Hilfe eines Multi-Media-Lernprogramms spielerisch gelernt. »Für jeden Verkäufer Pflicht«, sagen viele Anwender. Am besten testen: der B&S 3-Wochen-Test.