

Erfolgreicher Verkaufen mit Haptischen Verkaufshilfen



**Gastautor
Karl-Werner
Schmitz ist
erfolgreicher
Verkaufs-
trainer und
Buchautor.**

In dem Buch „Haptisches Verkaufen“, welches im April 2004 im redline-Verlag erschienen ist und seitdem zu den neuen Bestsellern in der Branche zählt, werden Hintergründe beschrieben, warum der Haptische Weg der schnellste und beste Weg zu mehr Verkaufserfolg ist.

Verändertes Kaufverhalten

Einer der Hauptgründe, warum die Zeiten für gedruckte und gesprochene Worte immer schwerer werden, ist die massive Informationsflut der letzten Jahre. Schon in den 90er Jahren sprach man von einer Überlastung des menschlichen Gehirns aufgrund der Informationsflut ohne überhaupt zu ahnen, wie gewaltig die Flut seitdem noch geworden ist, durch Fax, Internet, Email und vor allem Handy. Daraus entsteht ein völlig verändertes Kommunikations- und natürlich ein verändertes Kaufverhalten. Die Verkäufer, die immer noch mit denselben schriftlichen oder verbalen Argumenten überzeugen wollen, merken, dass es heute so nicht mehr geht.

Drei überzeugende Beispiele

Hier nun einfach drei Beispiele, an denen jeder Praktiker sofort merkt, welche Überzeugungskraft im Haptischen Verkaufen steckt:

1. Der „Bälle-Vergleich“

Der Verkäufer hat einen Tischtennisball, einen Tennisball und eine Kegelkugel. Der Verkäufer gibt dem vorwiegend jungen Kunden den Tischtennisball und bittet ihn, diesen in seine Tasche zu stecken. Dann fragt er den Kunden: „Nun, wie fühlen Sie sich damit, würden Sie den Tischtennis dauerhaft mit sich herumtragen?“ Die meisten Kunden werden die Möglichkeit akzeptieren. Nun gibt der Verkäufer dem Kunden den Tennisball und fragt wieder.

Die meisten Kunden werden darauf antworten, dass sie den Tennisball nicht dauerhaft mit sich herumtragen wollen. Dann deutet der Verkäufer dem Kunden die Kegelkugel an und fragt wieder. Jetzt wird jeder Kunde sofort verneinen. Dann lässt der Verkäufer eine kurze Pause und sagt dann: „Sehen Sie und genauso ist das mit der Altersversorgung, wenn man mit 20 Jahren anfängt, dann ist das so wie einen Tischtennisball mit sich zu tragen, ab 30 Jahre wird es schon wie ein Tennisball und wer erst mit 40 an seine Altersversorgung denkt, der wird eine Kegelkugel mit sich tragen.“

2. Der „Geldstapel“

Die Kunden von heute erfahren permanent, dass die gesetzliche Rentenversicherung nicht ausreicht. Obwohl das klar ist, sparen die meisten trotzdem zu wenig oder gar nicht. Geben Sie Ihrem Kunden einmal ausreichend Euromünzen und lassen Sie ihn sein Einkommen symbolisch stapeln. Dann geben Sie dem Kunden die Schallöhr-Rentenuhr (kann über Abt. Marketing bestellt werden) und lassen ihn selbst seine Altersrente einstellen. Jetzt fordern Sie den Kunden auf, die entsprechende Anzahl von Münzen wegzunehmen. Nun wiederholen Sie das bei Erwerbsminderung- und Hinterbliebenen-Rente und Ihr Kunde weiß viel eindrucksvoller, dass er mit diesen Renten nicht über die Runden kommen kann (Daum hat einmal eine Siegrämie in 40 1000-Mark-Scheinen an die Kabinentür geheftet, mit dem Ergebnis, das Köln gewonnen hat. So konnten die Spieler es begreifen). Stellen Sie sich einmal vor, sie würden dem Kunden nicht sagen: „Sie erhalten dann mit 65 Jahren 234.829 Euro“. Sondern Sie würden dem Kunden einen Koffer öffnen, mit 234.829 Euro bunt gemischt in bar drin. Na das wäre auch eine Haptische Verkaufshilfe.

3. Der Wert der Arbeitskraft

Warum werden immer noch so wenige BU-Versicherungen abgeschlossen, obwohl der Gesetzgeber 2001 die Leistungen erheblich verschlechtert hat. Weil es keiner begreift. Der Verkäufer gibt dem Kunden den Taschenrechner und fragt den Kunden: „Kennen Sie schon den Wert Ihrer Arbeitskraft?“ – Möchten Sie ein Mal wissen, wie hoch dieser Wert ist? Sie können ihn ganz

einfach ausrechnen. – Geben Sie einmal bitte Ihr mtl. Nettoeinkommen ein. (1.900 Euro). Wie oft bekommen Sie das im Jahr 12, 13 oder 14mal? Also, mal (z.B.) 13. Gut, wie alt sind sie jetzt? Kunde: „28“. Schön und wie lange gehen Sie, ganz realistisch betrachtet, noch arbeiten? Kunde „63“. Ja, da bleiben dann $63-28=35$. Dann geben Sie mal bitte ein mal 35. Nun wie hoch ist der Wert Ihrer Arbeitskraft? (1.900 Euro x 13 x 35=) 864.500 Euro. 864.500 Euro das ist der Wert Ihrer Arbeitskraft ohne Karriere und ohne Gehaltserhöhungen. Ganz schön, oder? Und wissen Sie was passiert, wenn Sie einmal plötzlich nicht mehr arbeiten gehen können? Zählen sie jetzt innerlich 21, 22, 23 und drücken Sie dann auf die C-Taste. So ist das, wenn die Einkommensquelle Nr. 1, die Arbeitskraft wegfällt. Nun ist es wichtig, sich rechtzeitig auf die sichere Seite zu bringen. Mit der richtigen Einkommensgarantie, falls Sie einmal nicht mehr arbeiten können.“

Wahrscheinlich erkennen Sie direkt, wie viel mehr Überzeugungskraft im Haptischen Verkaufen steckt, gerade wenn man in Wirklichkeit die unsichtbare Ware Versicherungsschutz verkauft.

Tipp: Im Internet finden Sie unter www.haptische-verkaufshilfen.de weitere Infos und wertvolle Verkaufstipps. Bis 31. Januar 2005 gibt es sogar ein Weihnachtsspezial mit tollen Geschenkpaketen.

Mit Haptischen Grüßen
Ihr Karl-Werner Schmitz

Buchtipp:

„Haptische Verkaufshilfen“



Haptisches Verkaufen, gebundene Ausgabe, Verlag „Moderne Industrie“, ISBN 3478255805, 24,90 Euro. Bei einer Bestellung über www.haptische-verkaufshilfen.de erhalten Sie das Buch handsigniert.