

Körpersprache im Vertrieb – ein wichtiger Erfolgsbaustein

Wenn ich Vertriebsleute frage, worauf Sie Ihren Erfolg gründen, so höre ich von allen Gefragten zumindest Standardantworten wie „Ich verkaufe ein gutes Produkt.“, „Ich achte auf die passende Wortwahl beim Verkaufsgespräch / beim Präsentieren.“ oder „Ich setze besondere Verkaufstechniken ein.“ Hin und wieder erhalte ich auch Antworten wie „Ich lasse meine Kunden spüren, dass ich sie schätze.“ Und ganz selten wird mir geantwortet: „Ich nutze die Körpersprache aktiv bei mir selbst und achte zugleich auf die Körpersprache meiner Kunden.“ **Wer die Körpersprache beachtet, nutzt einen wichtigen Erfolgsbaustein.** Durch die Körpersprache des Verkäufers im Verhältnis zu seiner verbalen Sprache spürt der Kunde, ob Ersterer wirklich hinter dem steht, was er erzählt. Und durch die Körpersprache des Kunden erfährt der Verkäufer viel über den Charakter und die wirkliche momentane emotionale Situation des Kunden – beides hilft, den Kunden überzeugend anzusprechen und zu bedienen.

Und wie ist es bei Ihnen und Ihren Mitarbeitern? Nutzen Sie die Vorteile, die Ihnen das Wissen über Körpersprache eröffnet, schon vollständig?

Ein umfangreiches Wissen über Körpersprache ist im Vertrieb umso notwendiger und hilfreicher, je austauschbarer die angebotenen Produkte auf dem Markt sind.

Dabei kann die Körpersprache im Vertrieb während drei „dramaturgischer“ Abschnitte genutzt werden: beim Begrüßen, im Laufe des Gesprächs, beim Verabschieden. Worauf im Einzelnen besonders zu achten ist, hängt vom jeweiligen Abschnitt ab.

Beim Begrüßen stehen die folgenden Körpersignale im Vordergrund:

- die Kopfhaltung und die Blickrichtung
- die Arme und die Handrücken
- die Stärke des Händedrucks und die Stellung der Hand dabei
- die Geschwindigkeit und die Art des Gangs
- die Schrittgröße
- die Fußspitzen

Bevor auch nur ein Wort gesprochen wurde, zeigen diese Signale bereits, mit wem es der Verkäufer beziehungsweise der Kunde zu tun hat.

Während des eigentlichen Verkaufsgesprächs, das häufig an einem Tisch sitzend durchgeführt wird, rücken die folgenden Körpersignale in den Vordergrund. Mittels diesen erkennen Sie beispielsweise, ob der Kunde noch interessiert ist, ob er schon „abgeschaltet“ hat oder ob er schon kaufen will:

- die Kopfhaltung
- die Augen und die Blickrichtung
- die Arme und die Handbewegungen
- die Art zu Sitzen

- die „Beinarbeit“ unter Tisch (falls es machbar ist, führen Sie Ihre Gespräche an einem Glas-tisch)

Und auch **beim Verabschieden** spielt für Sie die Körpersprache eine hilfreiche Rolle. Achten Sie dabei insbesondere auf erkennbare Unterschiede bei denselben Signalen zwischen Begrüßen und Verabschieden (beispielsweise: Wie wird die Hand beim Begrüßen und wie beim Verabschieden gereicht?). Wichtige Signale sind:

- die Stärke des Händedrucks und die Stellung der Hand dabei
- die Blickrichtung und die Kopfhaltung
- die Geschwindigkeit und die Art des Gangs

Wie kann Körpersprache gelernt werden?

Klare Antwort: **Durch Üben, Üben und Üben sowie durch Beobachten.** Nutzen Sie jede Gelegenheit, andere Menschen zu beobachten und deren Worte mit deren Körpersignalen abzugleichen. Ein ergiebiges Feld hierfür bieten Ihnen unter anderem Fernsehtalkshows, besonders dann, wenn die Teilnehmer ohne Tisch in der Runde sitzen. Gut beobachten können Sie auch in Restaurants und Cafés. Beim Üben lassen Sie sich zu Beginn auf jeden Fall **professionell anleiten**, denn oft laufen die populären Interpretationen von Körpersignalen ins Leere. Üben Sie daneben zunächst in Situationen, die nicht Ihre volle Konzentration auf den Inhalt Ihrer Worte benötigen. Denn sich sowohl auf den Inhalt des Gesagten als zeitgleich auch auf die eigenen Körpersignale zu konzentrieren, ist in der Regel kaum möglich, außer Sie besitzen eine Schauspielausbildung.

Ein **Impulsvortrag** zum Thema „Körpersprache im Vertrieb“ sensibilisiert die Teilnehmer für die jeweiligen Körpersignale. Durch **intensive Seminararbeit** lassen sich die Inhalte so vertiefen, **dass Körpersprache den Charakter der Fremdsprache verliert und zum in Fleisch und Blut übergegangenem Repertoire im Vertrieb wird.**

„Wasch´ mich, aber mache mich nicht nass.“ – diesen Spruch halte ich sowohl als Redner als auch als Trainer für unangebracht. Bei Stilwelt-Vorträgen und bei Stilwelt-Seminaren werden die Teilnehmer im Sinne eines größeren Lernerfolges „nass“ gemacht, indem sie aktiv eingebunden werden und zu ihrer eigenen Körpersprache ein individuelles Feedback erhalten. Denn Körpersprache alleine durch Lesen oder Hören lernen zu wollen wird nicht nachhaltig von Erfolg gekrönt sein, weil dadurch gleichsam nur der passive Wortschatz der Körpersprache aufgenommen wird. Doch wie bei jeder (Fremd-)Sprache gelingt überzeugende Kommunikation **auch bei der Körpersprache erst durch einen umfangreichen aktiven Wortschatz.**

Körpersprache dient Ihnen wie erwähnt im Vertrieb in zweifacher Hinsicht: Einerseits, um zu erkennen, mit wem Sie es zu tun haben und andererseits, um beim Kunden notwendiges Vertrauen aufzubauen und überzeugend aufzutreten. Doch während die weiteren „Türöffner zum Erfolg“ – der Sprachcode, der Dresscode und der Etikettencode – von Ihnen ständig bewusst beeinflusst werden können, sendet Ihr Körpercode normalerweise direkt aus Ihrem Unterbewusstsein (wie übrigens bei Ihrem Kunden ebenso). Ein bewusstes und konsistentes Steuern der eigenen Körpersprache gelingt bestenfalls für einzelne Signale. Gleichwohl ist es möglich und sinnvoll, auf bestimmte eigene Kör-

persignale zu achten und sie zu verändern. Denn es besteht die Wechselwirkung, dass die Gedanken den Körper beeinflussen und der Körper die Gedanken. Gingen Sie bislang mit gesenktem Kopf auf Ihre Kunden zu, weil Sie tendenziell unsicher waren, so bewirkt ein nun bewusst erhobenes Haupt nach einer gewissen Zeit, dass Sie sich selbstsicherer fühlen und positiver denken und somit nun automatisch und unbewusst eine positivere Körperhaltung zeigen. Damit Sie wirklich überzeugend auftreten, müssen Körpersprache und verbale Sprache übereinstimmen. Dies tun sie in der Regel dann, wenn Sie die jeweilige Stimmung, die sie dem Kunden vermitteln wollen, in sich tragen. Wie peinlich wirken doch vermeintlich freundliche Floskeln, die durch unpassende Körpersignale begleitet werden. Und wie peinlich wirken beispielsweise Anlage- oder Kreditberater, deren Körpersprache Unsicherheit ausstrahlt.

Der Körper lügt nie und er drückt stets die momentanen Emotionen aus.

Nutzen Sie das Stilwelt-Angebot zu Vorträgen, Seminaren und Beratungen, um über die Körpersprache Ihre Vertriebsaktivitäten noch erfolgreicher zu gestalten.



**Seit Oktober 2011
im Handel und bei Amazon für Sie:**



Mit stilvollen Grüßen,
Ihr Peter A. Worel

Firmeninterne Seminare, Individualberatungen und Coachings sowie Vorträge können Sie inhaltlich und terminlich mit uns abstimmen.

Die nächsten offenen Seminare finden für Sie statt:

„Business-Etikette I – Stilvoll zu noch mehr Erfolg“ (Grundseminar)
25. April 2012 und 27. Juni 2012, jeweils in München

„Türöffner zum Erfolg I“
(Das Seminar zum Buch von Peter A. Worel – in Verbindung mit DIE FÜHRUNGSKRÄFTE)
07. bis 08. März 2012 in München

Stilwelt – mehr Nutzen als üblich.