

## 3.1. Die Insel des Kunden

### Wie es gelingt, Deinen Interessenten auf emotionaler Ebene zu öffnen

---

Jedes gute Kundengespräch beginnt mit der Eröffnung. Gehen wir davon aus, Du stehst mit einer motivierter Einstellung, einer positiven Körperhaltung und mit Deinem authentischen Lächeln Deinem Gesprächspartner gegenüber.

Mit dem körperlichen Abstand einer Armlänge geht es nun für Dich darum – wie ich es nenne – auf die „**Insel**“ des Kunden zu kommen.

Diese „**Insel**“ ist die emotionale Ebene Deines Gegenübers, auf der seine Gefühle für Dich offen sind. Wie stellst Du nun eine persönliche Beziehung zu Deinem Kunden her?

Wie im vorigen Kapitel schon angedeutet, ist ein individueller Bezug zu Deinem Kunden die halbe Miete für seine „**Insel**“. Sagst Du ihm direkt, Du hättest ein tolles Angebot für ihn, erreichst Du nichts. Mit Empathie, Persönlichkeit und Humor umso mehr.

Alles, was Deinen Kunden persönlich betrifft, kann nützlich sein. Ein lockerer Spruch zu einem aktuellen Thema, ein wohlmeinender Kommentar zu seiner Branche, eine Beobachtung, die Du gerade gemacht hast – alles ist gut, was ihn persönlich betrifft und gleichzeitig Dich selbst widerspiegelt.

Wie Du Deinen Einstieg zum Kunden gestaltest, hat viel mit Deiner Persönlichkeit zu tun. Was den einen Außendienstler gut charakterisiert, wirkt beim anderen vielleicht künstlich, weil er nicht der Typ dafür ist. Wenn Du Dich selbst gerne auf Deinem Smartphone über das Tagesgeschehen informierst, dann wähle z.B. ein aktuelles Thema zur Gesprächseröffnung. Wenn Du Dich lieber vor Ort beim Kunden eine

Minute lang umschaust, dann mach es auf diese Art, indem Du ihn auf etwas ansprichst, was Dir auffällt. Oder schau vorher kurz im Internet auf seine Website oder auf sein Profil in sozialen Netzwerken. Auch das zeigt Deinem Kunden, dass es Dir um ihn persönlich geht.

Stell Dir vor, Du bist selbst Kunde. Wie müsste Dein Gegenüber Dich fragen, damit er Deine emotionale Ebene erreicht. „*Sind Sie mit Ihrer Situation zufrieden?*“ oder „*Möchten Sie gerne mehr Umsatz machen?*“ Die Antworten auf solche Fragen lauten in der Regel „*Ja*“ oder „*Nein*“. Deshalb heißen sie geschlossene Fragen. Sie bringen Dich in der Gesprächseröffnung nur zäh voran. Oder würden Dich solche Fragen dazu bringen, dem Verkäufer direkt Deine Bedürfnisse mitzuteilen? Ich schätze nicht.

Umgekehrt kannst Du in dieser Anfangsphase Deines Gesprächs sogar davon ausgehen: Beim dritten „*Nein*“ Deines Interessenten auf eine geschlossene Frage nimmt sein Interesse ab statt zu. Dann ist das Gespräch bereits gelaufen. Anders sieht es mit offenen Fragen, den sogenannten W-Fragen, aus. Sie beginnen mit Was, Wie, Wann, Wo, Weshalb, Warum. Sie signalisieren Deinem Gesprächspartner Dein Interesse an ihm und wirken direkt sympathiefördernd. Auf offene Frage muss bzw. darf Dein Gegenüber konkreter antworten. Dies gibt Dir die Möglichkeit, persönliche Aspekte herauszufiltern und darauf einzugehen. Umso eher erreichst Du die emotionale Ebene Deines Gesprächspartners.

**Wichtig ist, dass Du aufmerksam bist, wenn Du dem Kunden zuhörst. Deine Aufmerksamkeit zeigt sich z.B. so:**

- 1. Das Lesen der Körpersprache des Kunden** durch Deine eigene Körpersprache, z.B. indem Du bestätigend leicht mit Deinem Kopf nickst. Dies bedeutet nicht, dass Du seiner Meinung sein sollst. Es gibt ihm vielmehr das Gefühl, dass Du aufmerksam zuhörst.

2. **Blickkontakt** zeigt Deinem Kunden, dass Du „bei ihm“ bist. Hier solltest Du darauf achten, dass Du ihn nicht unentwegt anstarrst. Auf der anderen Seite empfehle ich, hektisch wechselnde Blickrichtungen zu vermeiden. Das kann den Kunden nervös machen. Schau lieber kurz „in Dich hinein“. Es kann auch sein, dass Deine Körpersprache dies von alleine tut. Das ist nicht schlimm. Im Gegenteil. Es bedeutet, dass Dein und sein Unterbewusstsein gut miteinander können, wenn er weiter erzählt. Dann bist Du bereits auf der **Insel** des Kunden. In Sachen Blickkontakt gilt es also für Dich, das richtige Maß an Augenkontakt und „interessiertem Wegschauen“ zu entwickeln. Wichtig ist, dass Du authentisch bist.
  
3. **Hinterfrage die Äußerungen Deines Kunden.** Nein, nicht nur Dir selbst gegenüber, sondern gegenüber Deines Kunden. Spricht er ein Thema an, wozu Du eine eigene Erfahrung hast, bring dies ruhig in das Gespräch ein und stelle ihm mit einem Bezug darauf eine W-Frage. Z.B. *„Das ist mir auch mal passiert und hat bewirkt, dass,... Wie gehen Sie damit um?“* Mit dem Hinterfragen merkt der Kunde, dass Du sein Anliegen ernst nimmst. Du bekommst gleichzeitig weitere persönliche und inhaltliche Ansatzpunkte, auf die Du Deine folgende Bedarfsanalyse ausrichten kannst.

**Zusammengefasst hier noch einmal die wichtigsten Aspekte, um auf die „emotionale Insel“ des Kunden zu kommen:**

- Mit einer positiven Einstellung ins Gespräch gehen
- Dein Kunde ist eine Chance und keine Katastrophe
- Ein Lächeln auf den Lippen ist Deine Eintrittskarte
- Trockene Begrüßungshand, saubere Bekleidung
- Positive Körpersprache und –haltung
- Persönliches Einstiegsthema zum Start
- Aktives Zuhören durch Blickkontakt
- Interesse zeigen durch Deine Mimik
- Hinterfragen persönlicher Aspekte des Kunden

*Empathie ist Öl im Getriebe des Dialogs.*

[Michael Jung]