



Emotionaler Verkauf

Zielgruppe

Mitarbeitende im Kundenkontakt

Essenz

Nicht nur, dass Kunden häufig Einwände haben, sie sind auch oftmals unangenehme Gesprächspartner. In diesem Training werden psychologische Hintergründe und Reaktionsmuster in der Wechselwirkung zwischen den Beteiligten aufgezeigt und reflektiert. Es werden Techniken und Taktiken vermittelt, um aus einem schwierigen Kunden einen guten Geschäftspartner werden zu lassen.

Der Verkauf über Zahlen, Daten und Fakten kann gut funktionieren. Emotionen beim Kunden anzusprechen –auch wenn das Produkt erklärungsbedürftig ist– erhöht die Wahrscheinlichkeit eines Abschlusses. Dieses Training zeigt auf, wie neben Fachlichem auch Emotionen des Kunden geweckt werden können.

Methodik

Trainer-Input, Einzel-, Partner-, Gruppenarbeit, Gesprächsübungen, Diskussion, Fallarbeit, Reflektieren in der Gruppe

Umfang

180 Minuten

Von der fachlichen Beratung zum emotionalen Verkauf

- Fachliches, Sachliches & Emotionen – eine Abgrenzung
- Das eigene Mindset ist entscheidend
- Von Fachargumenten zu emotionalen Ankern
- Wir verkaufen erst uns, dann das Produkt
- Die Bedeutung der Psychologie für den emotionalen Verkauf

Eine emotionale Beziehung aufbauen

- Neu-Gier, Vertrauens- und Glaubwürdigkeit erzeugen
- Storytelling – ZDF sind OK, aber Geschichten bleiben in Erinnerung
- Von der Story zum Produkt – die Brücke
- Mit emotionalen Anekdoten die Fachberatung emotionalisieren

Kurzübungen