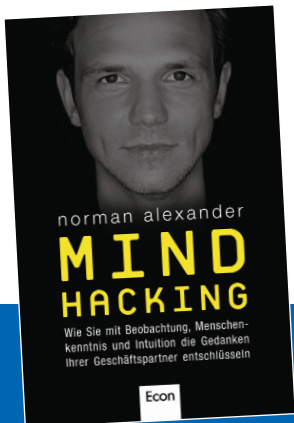




Der MIND HACKER Norman Alexander ist Bestsellerautor, Business-Coach und Keynote-Speaker.

„Gedanken sind wie Stufen. Sie führen nach oben oder nach unten. Wir haben die Wahl.“



Zum ersten Mal wurde das Thema Gedankenlesen speziell für die Business-Kommunikation aufbereitet. Norman Alexander erklärt, wie man mit einfachen Techniken der Mentalisten Vertrauen aufbaut, erfährt, was das Gegenüber denkt und seine Motive und Bedürfnisse erkennt. Mit denen in diesem Buch beschrieben leicht erlern- und anwendbaren Methoden kann jeder die Gedankenwelt des anderen entschlüsseln. MIND HACKING erhöht Sensibilität und Wahrnehmung für entscheidende Details, um zu sehen, was andere nicht sehen. www.norman-alexander.com

Norman Alexander

Erfolgsbremse „Gedankenvirus“

Bad Bramstedt (em/Im) Laut verschiedener Erhebungen rangiert die Angst, vor Menschen zu sprechen, weit oben auf der Liste der am meisten verbreiteten Phobien. Erst einige Plätze darunter steht die Angst vor dem Tod. Demnach muss es für den Redner bei einer Beerdigung schlimmer sein, die Grabrede zu halten, als selbst im Sarg zu liegen.

Diese soziale Phobie ist auch im Verkauf präsent. Die Angst vor der Kaltakquise, der Abschlussfrage, möglichen Einwänden, dem Unterbreiten von Angeboten oder Fragen nach den Kundenwünschen ist etwas, was viele Verkäufer nicht nur nervös werden, sondern auch scheitern lässt.

Verkaufsblockaden sind erlernt

Dahinter steckt ein erlerntes Verhalten, welches sich wie ein Virus in unserem Denken festgesetzt hat und dadurch den Erfolg blockiert. Einer meiner Workshop-Teilnehmer hatte einen solchen Gedankenvirus – die Angst vor Ablehnung. Er war ein guter Verkäufer. Jedoch löste in ihm die Abschlussfrage in vielen Fällen Nervosität aus. Dies ist etwas, was wohl viele Verkäufer kennen. Irgendwann kam es in seiner Branche zu einem starken Umsatzeinbruch. Der Druck, nun erst recht verkaufen zu müssen, um die Verkaufszahlen wieder steigen zu lassen, wurde immer größer. Die Nervosität vom Anfang wurde nun zur Angst vor dem „Nein“ des Kunden, die er jetzt nicht mehr nur im Gespräch verspürte, sondern ihm auch schon davor Kopfschmerzen bereitete. Eine harmlose Situation – es besteht ja keine reale Gefahr – wird so zur Höllenqual.

Es kam zum Ausweichverhalten. Er hat nun lieber beraten statt zu verkaufen. Er hat sich nicht getraut, sein Angebot zu zeigen. Schließlich könnte der Kunde es ja ablehnen. Nachfragen, um die Kundenbedürfnisse herauszufinden, ließ er ganz sein. Beim Kundentermin konnte er zwar nichts verkaufen, war aber froh darüber, ein „nettes Gespräch“ geführt zu haben.

Viele Verkäufer, die das oder ähnliches erleben, suchen dann nach den ultimativen Verkaufsmethoden beziehungsweise der allerneuesten Wunderwaffe zum durchschlagenden Erfolg. Geht es im Verkaufstraining jedoch dann nur um Gesprächstechniken, stellen die Teilnehmer in der Praxis fest, dass keine Veränderung stattgefunden hat und der versprochene Erfolg ausbleibt. Ebenso bewirken viele Motivationsveranstaltungen wenig, weil der Gedankenvirus noch im Unterbewusstsein festsitzt. Die Frustration steigt weiter.

Raus aus dem negativen Kopfkino

Wir schaffen uns immer eine eigene Wahrnehmung der Dinge, wodurch wir uns selbst beeinflussen. Jeder unserer Gedanken löst

eine Körperreaktion aus, was man auch als Ideodynamik bezeichnet. Ein einfaches Beispiel: Wenn jemand nur so tut, als würde er mit seinen Fingernägeln über eine Tafel kratzen, spüren wir sofort eine sensorische Reaktion. Wir bekommen eine leichte Gänsehaut, die von Mensch zu Mensch unterschiedlich intensiv ausgeprägt ist. Das alles passiert jedoch nur in unserem Kopf.

Was bedeutet das in der Praxis? Wenn die Gedanken des Verkäufers darum kreisen, dass der Kunde „nein“ sagt, also ihn beziehungsweise das Angebot ablehnen könnte, wirken sich diese Gedanken auf seine Körperhaltung, Gestik, Mimik, Stimme und das gesprochene Wort dementsprechend negativ aus. Das bemerkt auch der Kunde. Immer dann, wenn Menschen sich begegnen, schätzen sich die Gesprächspartner unbewusst gegenseitig ein. Ganz automatisch nehmen wir wahr, ob unser Gegenüber Sicherheit und Souveränität ausstrahlt, kompetent wirkt und wir ihm vertrauen können. Letzteres ist besonders im Verkauf wichtig.

Die negative Ausstrahlung des Verkäufers, ausgelöst durch seine Gedanken, führt auf diese Weise sehr schnell zur Ablehnung durch den Kunden. Der Verkaufsabschluss bleibt aus. Der Verkäufer nimmt wahr, dass er gescheitert ist und speichert diese Negativerfahrung im Unterbewusstsein ab. Er bestärkt sich damit automatisch selbst in seiner Überzeugung, dass die Angst vor der Ablehnung richtig ist. Das nächste Verkaufsgespräch erschwert er sich dadurch zusätzlich.

Hack your mind

Es kommt nun darauf an, die negativen Überzeugungen zu löschen und zu hinterfragen, was man im Gespräch erreichen will. Eine Frage, die nicht jeder sofort beantworten kann. Denn die meisten Menschen wissen nicht, was sie wollen. Sie wissen oftmals eher, was sie nicht wollen und konzentrieren sich darauf. Ein Gedanke für Verkäufer könnte sein: „Ich will meine Kunden begeistern.“ Erstellt man sich hieraus ein gedankliches Bild und verankert dieses in seinem Unterbewusstsein, spiegelt sich dies im Verhalten wieder. Der Verkäufer geht nun offener auf seine Kunden zu und hat Spaß dabei, auch die Dinge zu tun, die vorher ungute Gefühle ausgelöst haben. Er fühlt sich endlich frei und das beweisen dann auch seine Verkaufserfolge.

Die Erfolgserlebnisse speichert er automatisch im Erfahrungsgedächtnis ab. Daraus entwickeln sich erfolgsfördernde Überzeugungen, die seine Wahrnehmung und in der Folge auch sein Verhalten entsprechend positiv beeinflussen. Das bedeutet: Durch die Kraft seiner Gedanken gelingt es ihm mit jedem weiteren Verkaufsgespräch immer besser, sein volles Potenzial zu entfesseln.