

ÜBUNG

DIE RICHTIGE POSITION IN DER SPRACHFÜHRUNG

UMGANG MIT FREUDE UND SCHMERZ

- Lernen die Position des Kunden im Gespräch einzunehmen.
- Einfach Alleinstellungsmerkmale nutzen, zu überzeugen.
- Freude und Schmerz aktiv einsetzen.

Dauer: 1 Stunde

Ausbildungsform: persönliche Übung

Grundlagen

Dein richtiger Standpunkt

- Negative Personalpronomen:**
- Ich
 - Mein
 - Uns
 - Unser

- Positive Personalpronomen:**
- Du
 - Dein
 - Ihr
 - Sie

WIR → In Einzelfall möglich

Übungen 1: Zum richtigen Standpunkt

Anleitung zur Übung: Du wählst aus den nachfolgend aufgeführten Alleinstellungsmerkmalen 5 aus, die Du in Verkaufssätze einbaust. Achte darauf, dass Du den Kunden direkt ansprichst und dabei den richtigen Standpunkt (Kunde) einnimmst, so wie im Film beschrieben.

- Preis-Leistungsverhältnis
- Sicherheit
- Qualität
- Langfristige Zusammenarbeit
- Tarif
- Zertifizierung
- Gefühl
- Preis
- Service
- Ansprechpartner
- Servicecenter
- Kurze Reaktionszeit
- Bestpreis
- Gewährleistung / Gewährleisten
- Datensicherheit
- Persönlicher Ansprechpartner

1. **Merkmal:** _____

Standpunkt: _____

2. **Merkmal:** _____

Standpunkt: _____

3. **Merkmal:** _____

Standpunkt: _____

4. **Merkmal:** _____

Standpunkt: _____

5. **Merkmal:** _____

Standpunkt: _____

Übungen 2: Eine Interessenfrage aus dem Nutzen formulieren

Du hast dem Kunden den Nutzen aus Deinem USP erklärt und stellst ihm jetzt eine Frage, um zu erfahren, was er davon hält. Finde heraus, wie interessant das **Alleinstellungsmerkmal** für Deinen Kunden ist, ohne das Merkmal zu nennen. Orientiere dich am Nutzen. Wähle dazu 5 Merkmale aus der Aufstellung von Übung 1, die Du noch nicht genutzt hast.

6. **Merkmal:** _____

Nutzen/Interesse: _____

7. **Merkmal:** _____

Nutzen/Interesse: _____

8. **Merkmal:** _____

Nutzen/Interesse: _____

9. **Merkmal:** _____

Nutzen/Interesse: _____

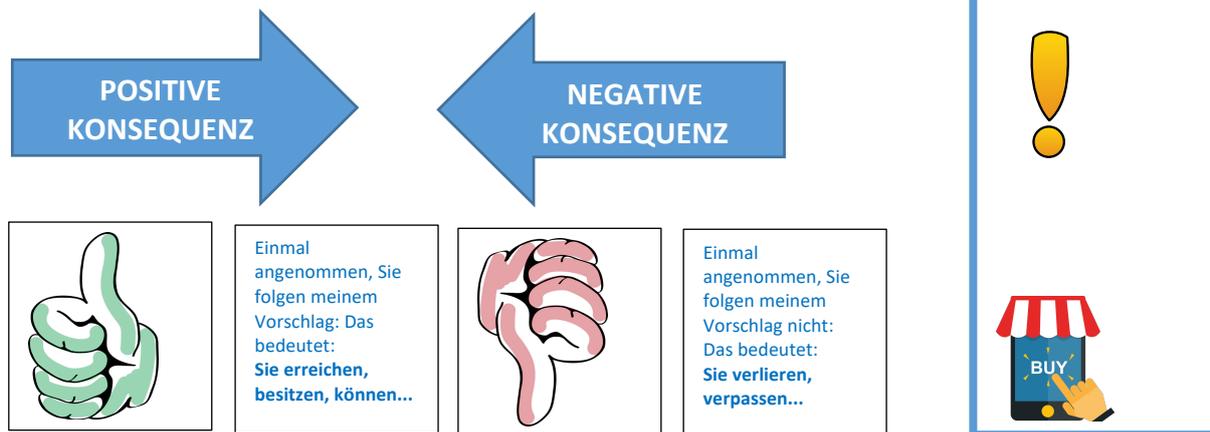
10. Merkmal: _____

Nutzen/Interesse: _____

Die Bedeutung von Schmerz

Wenn es Dir gelingt, den Schmerzknopf Deines Kunden zu finden, dann wirst du ihm alles verkaufen.

Nicht die Freude darauf eine Sache zu nutzen, sondern Die Angst davor es nicht zu erreichen, machen es unentbehrlich.



Übungen 3: Eine „Schmerzvermeidung formulieren

Wähle aus den Beispielen der Übungen 1 und 2, **3 Merkmale** aus und formuliere aus dem Nutzen, den der Kunde nicht hat, eine Mitteilung zu Schmerzvermeidung. Das kann mit der positiven oder negativen Konsequenz enden.

Beispiel: Positive Konsequenz:

Einmal angenommen, sie entscheiden sich für das ausgewählte Fahrzeug, obwohl es etwas über Ihrem selbst gesteckten Budget liegt. Dann freuen Sie sich immer, wenn Sie auf dem Weg zur Arbeit oder im Urlaub mit Ihrer Familie sind, dass Sie sich damals richtig entschieden haben. Möglicherweise haben sich dann Ihre Einkommensverhältnisse auch weiter verbessert, so dass Sie dann wieder im Budget sind.

Beispiel: negative Konsequenz:

Einmal angenommen, sie entscheiden sich nicht für das ausgewählte Fahrzeug, weil es etwas über Ihrem selbst gesteckten Budget liegt. Dann ärgern Sie sich möglicherweise immer, wenn Sie auf dem Weg zur Arbeit oder im Urlaub mit Ihrer Familie sind, dass Sie sich damals nicht dafür entschieden haben. Eventuell haben sich dann Ihre Einkommensverhältnisse auch weiter verbessert. Das macht es dann besonders bitter.

1. Merkmal: _____

Einmal angenommen, sie entscheiden sich für das ausgewählte Fahrzeug, obwohl es etwas über Ihrem selbst gesteckten Budget liegt.

Positive Konsequenz: _____

Einmal angenommen, sie entscheiden sich nicht für das ausgewählte Fahrzeug, weil es etwas über Ihrem selbst gesteckten Budget liegt.

negative Konsequenz: _____

2. Merkmal: _____

Einmal angenommen, sie entscheiden sich für das ausgewählte Fahrzeug, obwohl es etwas über Ihrem selbst gesteckten Budget liegt.

Positive Konsequenz: _____

Einmal angenommen, sie entscheiden sich nicht für das ausgewählte Fahrzeug, weil es etwas über Ihrem selbst gesteckten Budget liegt.

negative Konsequenz: _____

3. Merkmal: _____

Einmal angenommen, sie entscheiden sich für das ausgewählte Fahrzeug, obwohl es etwas über Ihrem selbst gesteckten Budget liegt.

Positive Konsequenz: _____

Einmal angenommen, sie entscheiden sich nicht für das ausgewählte Fahrzeug, weil es etwas über Ihrem selbst gesteckten Budget liegt.

negative Konsequenz: _____
