



Kommunikation.
Oft entscheidet der unbewusste Eindruck, den ein Verkäufer hinterlässt, über Erfolg und Misserfolg im Verkauf.

VON NICOLE WESSELY

Wie wirkt die eigene Gestik – überzeugend oder aufgesetzt?

[Stockphoto/Marcel Braendli]

Kopf hoch und lächeln

Dass der faktische Inhalt nur den kleinsten Teil einer Botschaft ausmacht, ist in der Kommunikationsforschung schon lange bekannt. Der Löwenanteil in der Wahrnehmung entfällt auf Stimme und Körpersprache. Diese Faktoren bestimmen, ob der Adressat sich überhaupt dem gesagten Inhalt öffnet – oder nicht.

Für Verkäufer ist diese Erkenntnis bares Geld wert. Trotzdem beschränken sich viele Verkaufstrainings immer noch auf Produktschulungen. „Stimme ist ein sehr junges Thema im Verkauf. Vielen Verkäufern ist noch nicht bewusst, was sie mit ihrer Stimme bewirken könnten“, sagt Barbara Strohmayer-Blagusz, Trainerin für Stimm- und Sprechtechnik. Entscheidend sei, dem Gesprächspartner eine positive Stimmung zu vermitteln. Denn erst dann öffne sich der Gesprächspartner und werde inhaltlich aufnahmefähig (mehr dazu auf Seite K 17).

Positive Stimmung, aber wie?

Wichtiges Kriterium dafür ist die eigene Einstellung und Befindlichkeit während eines Gesprächs. Ist man gestresst oder nervös, verändert sich die Atmung. Diese wird vom Zuhörer unbewusst über-

nommen und versetzt auch ihn in den gleichen gestressten oder nervösen Zustand. Genauso kann man mit einer aktivierenden oder beruhigenden Sprechweise und der richtigen Betonung seinem Zuhörer die Informationsaufnahme und -verarbeitung erleichtern. Sobald man sich diese Wirkungsweise vergegenwärtigt hat, kann man sie gezielt einsetzen.

Was tut man aber, wenn man selbst nicht gut gelaunt ist? Wie kann man dann positive Stimmung verbreiten? Gar nicht. „Was Sie aber tun können, ist, ihre eigene Stimmung verändern“, ist Strohmayer-Blagusz überzeugt.

Sich seiner Wirkung bewusst sein

Das funktioniert am besten über die Körperhaltung, so Martin Schwanda, Schauspieler und Auftrittstrainer. „Wir sind ja ein Ganzes, unsere Physis beeinflusst unsere Stimmung.“ „Kopf hoch“ ist so gesehen doch mehr als nur eine Floskel. Dass man mit seiner Körpersprache nicht nur sich selbst, sondern auch seinen Kunden beeinflussen kann, versteht sich in dieser Hinsicht schon fast von selbst. Der springende Punkt sei auch hierbei, sich seiner eigenen Wirkung bewusst zu

werden. Bei seinen Auftrittstrainings gibt Schwanda Verkäufern die Möglichkeit, verschiedene Rollen auszuprobieren und durch Feedback die eigene Wirkung kennenzulernen. Aber besteht da nicht die Gefahr, dass solcherart neu erlernte Bewegungsmuster aufgesetzt wirken könnten? Um überzeugend zu wirken, sei die Intensität entscheidend, mit der man seine Rolle ausfüllt, sagt Schwanda. „Entschiedenheit und Klarheit sind ganz wichtig. Halbherzig funktioniert nicht.“

Auch bei der Körpersprache ist es in der konkreten Beratungssituation wichtig, den Kunden dort abzuholen, wo er steht. Um hier die eigene Empathie zu schulen, ist Beobachtung das Um und Auf. Welche Signale sendet der Kunde aus? Die Schwierigkeit hierbei bestehe in den Wahrnehmungsfiltren, die jeder von uns habe, erklärt Kommunikationstrainer Hans-Christian Schufft. Eine Schwierigkeit, die es sich aber zu überwinden lohnt: „Das größte Kompliment, das man Menschen machen kann, ist, sich so auf ihre Welt einzulassen, dass man versteht, worum es ihnen geht“, meint er. „Um ihnen dann auch eigene Gedanken mitteilen zu können, in einer Art, die sie verstehen.“

Auf Menschen zugehen, empathisch sein

Soft Skills spielen im Verkauf eine große Rolle. Einen Startvorteil hat, wer leicht mit Leuten ins Gespräch kommt und sich aufs Beziehungsmanagement versteht.

Gesamteindruck. Als Verkäufer muss man mit Umsatzzahlen glänzen. Nicht nur, wenn das eigene Gehalt provisionsabhängig ist. Die meisten Geschäftsabschlüsse entstehen in konkreten Gesprächssituationen. Dass es hier nicht nur auf die vermittelten Inhalte ankommt, ist bekannt – mit einem bewussten Einsatz von Stimme und Körpersprache lässt sich viel erreichen (siehe Artikel links).

Aber in welchem Ausmaß werden diese Qualitäten in der Praxis eingefordert? Muss man bereits bei der Bewerbung mit ausgeprägten nonverbalen Fähigkeiten punkten? Das wohl nicht – das Thema steckt hierzulande noch in den Kinderschuhen, und wenn es auch branchenspezifische Unterschiede gibt, achten HR-Manager eher selten bewusst auf diese Kompetenzen. Unwesentlich ist es dennoch nicht, denn letztlich zählt am Ende des Gesprächs der Gesamteindruck, den ein Bewerber bei Personalverantwortlichen hinterlässt.

Soft Skills & gutes Benehmen

„Für uns ist insbesondere wichtig, dass Bewerber für den Bereich Verkauf mit einem soliden Auftreten punkten und keine Scheu davor haben, auf Menschen zuzugehen“, erklärt Tamara Schennach aus dem Bereich Recruiting bei Peek & Cloppenburg. Jeder neue Mitarbeiter bekomme Trainings zu Soft Skills, wie etwa Gesprächsaufbau, auch später würden Mitarbeiter in diesem Bereich geschult. Ein eigenes Seminar zum Thema Stimme und Körpersprache gebe es noch nicht, „allerdings werden diese Bereiche in den Trainings mitberücksichtigt“.

Auch bei Microsoft Österreich ist das Bewusstsein dafür, dass hier ein großes Potenzial schlummert, bereits am Erwachen. „Seit zwei Jahren sehe ich eine Tendenz dafür in Österreich. Wir haben vor einem Jahr eine Sales Academy ins Leben gerufen, bei der es nicht um Produktschulungen geht, denn davon haben wir bereits genug“, erzählt Human



Wer freundlich und offen wirkt, sammelt Pluspunkte.

[Stockphoto/Alexander Rath]

Resource Managerin Jenny Dinich. In dieser Academy, die alle Verkäufer absolvieren müssen, wird unter anderem auch gutes Benehmen geübt, denn: „Das ist wie eine Visitenkarte, das gehört einfach dazu.“ Eine Eigenschaft, auf die Psychologin Dinich bei Verkäufern besonderen Wert legt, ist die Fähigkeit zu gutem Beziehungsmanagement. Dazu gehört, schnell und positiv mit Menschen in Kontakt treten zu können und diese Beziehungen langfristig zu halten. Als essenziell empfindet sie auch ein gewisses empathisches Einfühlungsvermögen: „Es ist wichtig, die Bedürfnisse des Kunden wahrzunehmen.“ Beim Thema Stimme und Sprechtechnik sei entscheidend, dass man eine klare Ausdrucksweise hat: „Nuscheln geht gar nicht.“

Beim Maschinenbauer Atlas Copco treten nonverbale Aspekte bei Beratungsgesprächen etwas in den Hintergrund. „Unsere Verkäufer sind technische Berater; sie brauchen eine gute technische Ausbildung und genügend Erfahrung, um die richtigen Fragen stellen zu können“, erklärt Human Resource Managerin Gisela Kollmann. NOL



Feeling at home in Central & Eastern Europe starts right here.

SENIOR ECONOMIST COUNTRY PORTFOLIO MANAGEMENT (M/F)

www.rbinternational.com/career

Raiffeisen Bank International AG (RBI) regards both Austria and Central and Eastern Europe (CEE) as its home market. In CEE, RBI operates an extensive network of subsidiary banks, leasing companies and a range of other specialised financial service providers in 17 markets. 56,000 employees service about 15 million customers through around 3,000 business outlets in the region.

YOUR DUTIES

- Analysis of current global macro-economic developments to identify future trends and possible risks for RBI Group Portfolio
- Development of well-argued and decision-enhancing theses and presentations for different levels of communication
- Provision of input for the formulation of the medium-term strategy for the bank
- Design and argue macro-economic Stress Scenarios that could affect RBI Group's credit portfolio
- Communication of global macro-economic developments, opinions and strategic guidance to all functional levels within RBI Group (Board to employee)
- Research on special topics together with different units in the bank

YOUR CHANCE

If you are interested in this attractive position and want to join a young and motivated team in one of Austria's leading banks with several subsidiaries in Central and Eastern Europe and South East Asia please send your application with photo to:

WE ARE LOOKING FORWARD TO YOUR APPLICATION!
Please send your application with photo to:
Raiffeisen Bank International AG
att. Ms. Sonja Schertek
Am Stadtpark 9, A-1030 Wien
Tel.: +43-1-71 707-1891
oder per e-mail an: sonja.schertek@rbinternational.com

 **Raiffeisen Bank International**



Feeling at home in Central & Eastern Europe starts right here.

SENIOR PORTFOLIO MANAGER COUNTRY PORTFOLIO MANAGEMENT (M/F)

www.rbinternational.com/career

Raiffeisen Bank International AG (RBI) regards both Austria and Central and Eastern Europe (CEE) as its home market. In CEE, RBI operates an extensive network of subsidiary banks, leasing companies and a range of other specialised financial service providers in 17 markets. 56,000 employees service about 15 million customers through around 3,000 business outlets in the region.

YOUR DUTIES

- Development of a group wide Credit Portfolio Strategy with focus on selected countries and regions
- Alignment of strategy with respective stakeholders (risk and market units) to achieve a common, aligned view
- Development, update and monitoring of Portfolio Limits
- On-going monitoring of developments in the countries and segments
- Identification of threats and opportunities for the group's portfolio from a "top-down" perspective
- Identify measures for active Portfolio Management to enhance rapid influence on the Group Portfolio
- Segment specific analysis to develop granular measures for steering of the Portfolio with special focus on specified countries/regions

YOUR CHANCE

If you are interested in this attractive position and want to join a young and motivated team in one of Austria's leading banks with several subsidiaries in Central and Eastern Europe and South East Asia please send your application with photo to:

Raiffeisen Bank International AG
att. Ms. Sonja Schertek
Am Stadtpark 9, A-1030 Wien
Tel.: +43-1-71 707-1891
or send an e-mail to: sonja.schertek@rbinternational.com

WE ARE LOOKING FORWARD TO YOUR APPLICATION!

 **Raiffeisen Bank International**