

Neuro Linguistic Selling



Eine Illusion oder DIE Strategie für Erfolg?

Marc M. Galal im Interview mit dem SCOUT

SCOUT: nls® – Neuro Linguistic Selling – die Beeinflussung des Geistes durch die Sprache, ein von Ihnen entwickeltes Konzept. Worum geht es da genau? Wessen Geist beeinflussen Sie?

Marc M. Galal: Die Philosophie des modernen Verkäufers besteht darin, empathisch zu sein und die Wünsche, Bedürfnisse, Werte und Ziele des Kunden zu erkennen und dadurch dem Kunden eine Lösung anbieten zu können, die dieser selbst noch nicht erkannt hat. Hier geht es darum, langfristig und kundenorientiert ein Win-Win-Verhältnis herzustellen.

Die nls®-Strategie basiert auf verbaler und nonverbaler Sprache. Mit gezielten Techniken werden Botschaften im Sinne des Kunden eingesetzt. Zum Beispiel: „Haben Sie bemerkt, dass sich Ihr Kaufverhalten im letzten Jahr verändert hat?“ Bei dieser Aussage/Frage ist es egal, ob der Kunde ja oder nein sagt, weil hier suggeriert wird, dass sich das Kaufverhalten bereits geändert hat. Das nennt man eine stillschweigende Voraussetzung. Die vielschichtigen Techniken der nls®-Strategie überzeugen den Kunden, ohne ihn zu überreden.

Ich kann mich an einen Seminarteilnehmer erinnern, der mir erzählte, dass seine Tochter einen besonderen Wunsch hatte. Der Vater fragte: „Warum möchtest du das haben?“ und die Tochter antwortete: „Weil halt!“ Hier impliziert das Kind eine scheinbare Begründung, die in der Kommunikation und Argumentation absolut notwendig ist. In meiner nls®-Strategie hat das Wort „weil“ eine besondere Stellung und Wirkung, die eine Intention mit sich bringt, die jedem Erwachsenen, der das Wort verwendet, gar nicht so richtig klar ist.

Eine ebenso bekannte und oft angewendete Technik ist die „kurz vor knapp“-Technik, um den Verhandlungspartner schnell zu einer Entscheidung zu bringen. Das kennen wir auch von den Kindern. Ein Kind sagt zu seiner Mutter, kurz bevor der Bus zur Schule losfährt: „Mama, ich brauch noch 20 Euro für einen Tagesausflug. Kannst du mir schnell das Geld geben? Der Bus steht schon vor der Tür.“ Diese Handlungsmechanismen sind nicht angeboren, sondern eher nachgeahmt und äußerst wirkungsvoll.

SCOUT: Das, was Sie auf sechs Hörbuch-CDs erläutern, lässt sich vermutlich schwer in zwei Sätze packen, aber was ist das Wichtigste beim Verkauf?

Marc M. Galal: Die nls®-Strategie ist auf der einen Seite sehr effektiv, auf der anderen auch sehr komplex. Hochwirksame Verkaufstechniken spielen eine große Rolle. Darüber hinaus muss die persönliche Einstellung des jeweiligen Verkäufers optimiert werden. Je überzeugter der Verkäufer von sich selbst, den vertriebenen Produkten oder Dienstleistungen ist, desto leichter kann er andere überzeugen. Im Sinne von: Nur was in Ihnen brennt, können sie im anderen entzünden.

SCOUT: Was sind die meisten Fehler, die auch von Top-Verkäufern oder – wie Sie es nennen – Eliteverkäufern täglich begangen werden?

Marc M. Galal: Das Innenleben der Verkäufer stimmt oft nicht mit dem überein, was sie dem Kunden zu vermitteln versuchen. Ihre Aussagen decken sich nicht mit ihrer Körpersprache und ihren Gefühlen. Ein Verkäufer sollte also voll und ganz von der Sache überzeugt sein.

Die meisten Verkäufer sind so sehr mit sich selbst beschäftigt, dass sie dem Kunden ein Produkt oder eine Dienstleistung nur unzureichend erklären können. Manchmal wird der Kunde dabei gar gänzlich ignoriert.

95 % der Verkäufer reden zu viel und stellen dem Kunden zu wenige Fragen. Die Kunst liegt darin, dem Kunden durch Fragen die Informationen zu entlocken, die für den Verkäufer relevant sind. Hier ist mein Merksatz: Wer zuerst argumentiert, hat verloren. ▶▶

» MARC M. GALAL IST EINER DER BESTEN VERKAUFSTRAINER IN EUROPA «

SCOUT: Von Ihnen wird alles auf das Verkaufen ausgelegt. Aber trifft das nicht auf viele alltägliche Situationen zu, wie z. B. den Flirt zwischen Mann und Frau?

Marc M. Galal: Selbstverständlich dreht sich alles ums Verkaufen. Sobald einer eine Idee, eine Meinung oder Überzeugung hat, mit einem Menschen 30 Minuten redet und der andere diese Meinung annimmt, war das schon ein erfolgreicher Verkaufsprozess.

Verkaufen heißt überzeugen – Beim Flirt, beim Bewerbungsgespräch, bei der Arbeitssuche sowie bei der Kindererziehung muss man sich überzeugend verkaufen können – alles läuft darauf hinaus! Menschen zu überzeugen zieht sich wie ein roter Faden durch unser Leben und entscheidet über unseren Erfolg oder Misserfolg.

SCOUT: Wendet ein Kind diese Strategien unbewusst an, um von Mama das Kuscheltier und von Papa das Matchbox®-Auto zu bekommen? Kann man davon ausgehen, dass bestimmte nls®-Strukturen angeboren sind, die man aber im Laufe der Erziehung und des Erwachsenwerdens durch gesellschaftliche Einflüsse und die Knigges dieser Welt wieder verlernt?

Marc M. Galal: Kinder verwenden völlig unbewusst Sprachmuster und Verkaufstechniken, die sie sich von ihren Eltern abgeschaut haben, denn selbstverständlich imitieren Kinder das Sprachmodell ihrer Eltern.

SCOUT: Braucht man im Zeitalter des Web 2.0 überhaupt noch Verkäufer oder übernehmen das Plattformen für uns und die Vertriebler werden zu Beratern?

Marc M. Galal: Das Internet erlebt im Moment ein Boom im Verkauf. Für alle beratungsintensiven Produkte wird in der Regel weiterhin der Verkäufer oder Vertriebsmitarbeiter benötigt, aber letztendlich muss das jeder Kunde für sich selbst entscheiden: Der eine schließt den Handyvertrag nach einem persönlichen Beratungsgespräch ab, der andere nutzt gleich das Internet.

Die Vertriebsmitarbeiter werden zu Beratern. Die Anforderung des modernen Vertriebsmitarbeiters/Beraters besteht darin, durch umfangreiches Produktwissen und Kompetenz den Kunden zu überzeugen. Wir Menschen benötigen immer andere Menschen – und das wird selbst das Internet niemals ändern. Das Internet wird speziell von Kunden immer mehr zum Informationsaustausch und Produktvergleich genutzt.

SCOUT: Wie wirken sich Web 2.0 und Social Media auf Ihr Tun aus? Sinken die Anfragen oder kommen diese nur über andere Kanäle?

Marc M. Galal: Web 2.0 und Social Media erleichtern das Verkaufen und erhöhen die Anfragen bei wettbewerbsfähigen und innovativen Unternehmen, weil hier Zielgruppen-Marketing besser möglich ist.

SCOUT: Warum sind die erfolgreichsten Unternehmer der Neuzeit keine Top-Seller, sondern eher Nerds?

Marc M. Galal: Hinter jeder innovativen Idee stecken immer ein Nerd und ein Top-Seller, denn ohne den Top-Seller kann der Nerd selbst die allerbesten Produkte oder Dienstleistungen nicht vermarkten. Ich bin mir sicher, dass es in unserer heutigen Zeit noch viel mehr grandiose Internet-Plattformen gibt, mit genialen, innovativen Ideen. Nerds allein schaffen es häufig einfach nicht, sich oder ihr Produkt erfolgreich zu verkaufen, daher bleiben sie erfolglos mit ihren unentdeckten Ideen und der Öffentlichkeit entgeht sicher die eine oder andere herausragende Erfindung.

Sicher gibt es noch viel mehr gute Leute als die, von denen wir bisher gehört haben. Casting-Shows sind dafür ein gutes Beispiel. Hier werden Talente gefördert und der Öffentlichkeit präsentiert, die ohne diese Hilfe höchstwahrscheinlich so niemals gesehen oder gehört worden wären. So bietet sich ihnen plötzlich eine unerwartete Chance, die die meisten auch erfolgreich und ehrgeizig nutzen. Die Unternehmensformen haben sich in den letzten 20 Jahren durch die New Economy¹ gewaltig verändert. Innovation schlägt einfach Kapitalmacht.

SCOUT: Das Wort „Verkäufer“ ist doch grundsätzlich negativ belastet, oder?

Marc M. Galal: In jeder Branche gibt es schwarze Schafe, sei es im Internet, sei es bei Unternehmern, Politikern oder sogar in

Beziehungen. Eine derartige Generalisierung ist absolut unzulässig. Vor rund 20 Jahren gab es weniger Unternehmen und damit weniger Verkäufer. Langfristige Kundenbindung wurde damals noch nicht angestrebt. Aber die Zeiten ändern sich. Heutzutage sind langfristiges Denken und Kundenbindung als Alleinstellungsmerkmale unabdingbar, da es einfach zu viele identische Produkte und Dienstleistungen auf dem Markt gibt. In den USA ist der Verkäufer-Beruf hochgeschätzt. Ich würde tippen, dass das auch bei uns irgendwann so sein wird.

SCOUT: Können Sie prominente Vorbilder benennen, die mit Ihren Werkzeugen erfolgreich arbeiten?

Marc M. Galal: Jede erfolgreiche, der Öffentlichkeit bekannte Person, egal ob Politiker, Promi, Musiker oder Schauspieler verwendet bewusst oder unbewusst die Techniken der nls®-Strategie. Denn diese wurden schließlich nicht im Reagenzglas hergestellt, sondern von den erfolgreichsten Kommunikations-Spezialisten zum Ausdruck gebracht.

SCOUT: Kann jeder zum guten Verkäufer werden oder muss Mann/Frau es im Blut haben?

Marc M. Galal: Jeder kann das Verkaufen erlernen. Man braucht nur Übung, Training und die richtigen Techniken und Konzepte. Selbstverständlich müssen gewisse Menschen mehr lernen als andere. Da es vielschichtige Kunden gibt, muss es auch vielschichtige Verkäufer geben.

Referenz: Brian Tracy² schrieb mehrere Bücher über Erfolg in der Wirtschaft, im Verkauf und in persönlicher Entwicklung. Er hält weltweit Vorträge, Seminare und ist Berater für die Selbstentwicklung. Tracy lebt mit seiner Frau und vier Kindern im kalifornischen San Diego. Im Gouverneurswahlkampf seines Heimatstaates kandidierte Tracy im Jahre 2003 als unabhängiger Kandidat und selbstfinanziert für ein politisches Amt. Kurz vor Wahlkampfen stoppte er seine eigene Kampagne und empfahl die Wahl von Arnold Schwarzenegger zum Gouverneur. Er beherrscht diverse Sprachen fließend, darunter auch Deutsch, Spanisch und Französisch. Sein Tätigkeitsschwerpunkt liegt in den USA und dort in der Vermarktung von Büchern, Seminaren, Audiobüchern und Lernsystemen. Diverse Titel sind auch in deutscher Sprache erhältlich. Quelle: Wikipedia

Brian Tracy trainierte über 500.000 Verkäufer in 24 Ländern. Seiner Meinung nach ist Marc M. Galal „einer der besten Verkaufstrainer in Europa.“ ■

2: ein US-amerikanischer Sachbuch-Autor



Marc M. Galal

Inhaber und Verkaufsexperte des „Marc M. Galal Institut“

1: engl.: neue Ökonomie. Radikal neue, durch die Globalisierung geprägte Wirtschaftsform



**Kosten senken
Service verbessern
Effizienz steigern**

Einfach besser telefonieren

Softwarebasierte Telekommunikations-Systeme made in Germany

Mit einer Telefonanlage von Clarity ist noch eine Menge mehr drin als einfach nur Telefonieren: Innovative Module und zahlreiche Funktionen machen Unified Communications wahr. Telefonanlagen und Call Center Lösungen von Clarity tragen erheblich zur Kostensenkung, der Vereinfachung von Kommunikations-Prozessen und zur Erhöhung des Servicegrades bei. Investitionssicherheit inside: Alle Lösungen sind frei skalierbar, flexibel erweiterbar und lassen sich einfach aktualisieren.

Einfach näher dran

Profitieren Sie von der räumlichen Nähe durch Clarity als Hersteller im Inland. Alle produktrelevanten Entscheidungen zu neuen Features und Systemerweiterungen werden direkt in Bad Homburg – unter Rücksichtnahme auf Kundenwünsche – getroffen. Zudem arbeitet Clarity mit führenden Leasinggesellschaften und Server-Herstellern zusammen.

Infos zu Clarity

Mehr Informationen zu Clarity-Produkten erhalten Sie auf www.clarity-ag.de.

Oder telefonisch unter 06172 1388-560.

Wir freuen uns, von Ihnen zu hören!