

Eine positive Einstellung: Wo alles beginnt und endet

Von Harry Holzheu

Seit der Finanzkrise und Rezession wird die Rückkehr zu alten Werten gefordert, wie z.B. Ethik, Empathie und Offenheit. Diese Eigenschaften, habe ich als Trainer bei meinen Klienten zwar schon vorgefunden, aber man hat sie häufig viel zu wenig ernst genommen. Man unterliegt dem Irrtum, es genüge, wenn man gute Fachkenntnisse hat, fleissig ist und einen guten Job macht. Das genügt jedoch nicht. Um gut verkaufen zu können, sind Soft Skills gefragt, welche die sogenannten alten Werte kraftvoll transportieren.

Ein Verkäufer muss sich immer zuerst «selber verkaufen». Dafür ist der erste Eindruck entscheidend. Da wird eine Weiche gestellt, schon bevor das eigentliche Überzeugungsgespräch beginnt. R.W. Emerson hat gesagt: «Was du bist, schreit so laut in meine Ohren, dass ich nicht hören kann, was du sagst.» Ob ein Verkäufer ehrlich, vertrauensvoll und glaubwürdig wirkt, hängt primär davon ab, was er als Person vor einem Kundenbesuch denkt und fühlt, was er erreichen will, was er vorhat und was in ihm vorgeht. Alles, was er dann sagt, wird gefärbt von seiner Einstellung. Wenn diese Grundeinstellung nicht lupenrein positiv, sondern getrübt ist durch irgendwelche Bedenken, Vorbehalte, Selbstzweifel und negative Gedanken aller Art, wirkt auch eine brillante Argumentation keinesfalls überzeugend. Die besten Argumente kommen nicht an, sie haben kein Gewicht, sie sind nicht glaubhaft. Jeder Mensch hat feine Sensoren und kann die momentane Befindlichkeit, Gefühle und

Einstellung eines anderen Menschen empfangen, registrieren und emotional bewerten. Sensible Menschen leiden sehr unter negativen Gefühlen anderer, es kann sogar vorkommen, dass sie sich nach einem Gespräch mit einem negativ gestimmten Menschen gestresst, belastet, erschöpft und unglücklich fühlen.

Die negative Ausstrahlung eines anderen Menschen bezieht man immer auf sich selbst. Oft sind die Gründe des anderen Menschen, warum er sich schlecht fühlt, ganz persönlicher Art und haben mit dem Kunden gar nichts zu tun. Gleichwohl bezieht der Kunde eine negative Einstellung und Ausstrahlung des Verkäufers immer auf sich und fragt sich: «Was hat er gegen mich? Was habe ich nur Schlimmes getan? Was wirft er mir vor?» Eine negative Einstellung – welche Gründe auch immer dafür verantwortlich sind – wird sich auf ein Überzeugungsgespräch, eine Rede, einen Vortrag, auf jede Art von zwischenmenschlichem Kontakt immer negativ auswirken. Zudem schliesst man von der Person, die man als unangenehm erlebt, sofort auf die ganze Firma, sie ist nichts wert.

Eine positive Einstellung hingegen wird sich grundsätzlich sehr positiv auswirken, indem die eigene Überzeugungskraft, Glaubwürdigkeit und Ausstrahlung verstärkt werden. Auch ein eher introvertierter Mensch, der normalerweise keine grosse Ausstrahlung besitzt, gewinnt wesentlich an Einfluss, wenn er es versteht, sich vor jedem

Gespräch positiv zu programmieren. Einem positiv eingestellten, begeisterten Menschen kann man kaum widerstehen oder widersprechen, und man vertraut ihm. Es entsteht Charisma. Dies hat mit Showmanship nichts zu tun. Charisma kann leise sein, es muss nicht schreien. Eine positive Einstellung wirkt charismatisch. Sie ist die allerbeste Grundlage für einen überdurchschnittlich guten Verkaufserfolg.



Harry Holzheu

Geschäftsführer der Harry Holzheu AG, Kommunikationstrainer und Business-coach für Verkauf und Rhetorik, Zürich

«VERTRAUEN GEWINNEN»

Empathie und Offenheit in der Führungs- und Verkaufskommunikation, Springer Verlag, 2010