



Emotional Power im Verkauf

Limbische Argumentationen, welche die Sinne anmachen – und dabei Sinn machen. Was zählt, ist der Preis!
Wir treffen unsere Kaufentscheidungen rational! Wir lassen uns nicht von Werbeaussagen oder Marketingbotschaften beeinflussen! Wer's glaubt...!

Wir wissen aus der Gehirnforschung längst, dass rund 70 Prozent der Kaufentscheidungen unbewusst getroffen werden! Wesentlichen Einfluss nehmen dabei unsere Instinkte, Emotionen, Sinneswahrnehmungen sowie Sympathiewerte. Der hauptverantwortliche Teil in unserem Gehirn, das limbische System (Gefühlszentrum), leitet nach den Erfahrungen der Neurobiologie einen Grossteil der Handlungs- und Kaufentscheidungen ein, ohne dabei das Bewusstsein zu informieren.

Jüngste Erkenntnisse aus Psychologie und Neurowissenschaft besagen, dass wir im Wesentlichen drei Instruktionen nutzen, um unser Denken, Fühlen und Handeln zu steuern: Dominanz, Stimulanz und Balance.

Wir können also davon ausgehen, dass sich die Konsumenten aufgrund ihrer Emotionen beziehungsweise ihrer unbewussten Motive für oder gegen einen Kauf entscheiden.

Wie nutzen wir die emotionale Kraft im Verkauf?

Die Wirkung des limbischen Profils

Es ist für den Verkäufer von Vorteil, sein eigenes limbisches Profil (limbische Ausprägungen) zu kennen, um sich seines eigenen Verhaltens bewusst zu werden. Dieses Bewusstsein der eigenen Stärken und Potenziale ist der erste Schritt für die Veränderung im Umgang mit dem Kunden.

Der Limbic®Personality Check beschreibt im Detail die Persönlichkeitsstruktur (limbisches Profil) beziehungsweise die Hauptmotive unseres Handelns. Das bedeutet, man versteht warum man so und nicht anders handelt. Der Verkäufer erhält damit wichtige Erkenntnisse für sein Verkaufsverhalten. Das limbische Profil besteht aus drei Hauptdimensionen, mit dahinter stehenden, individuellen Ausprägungen.

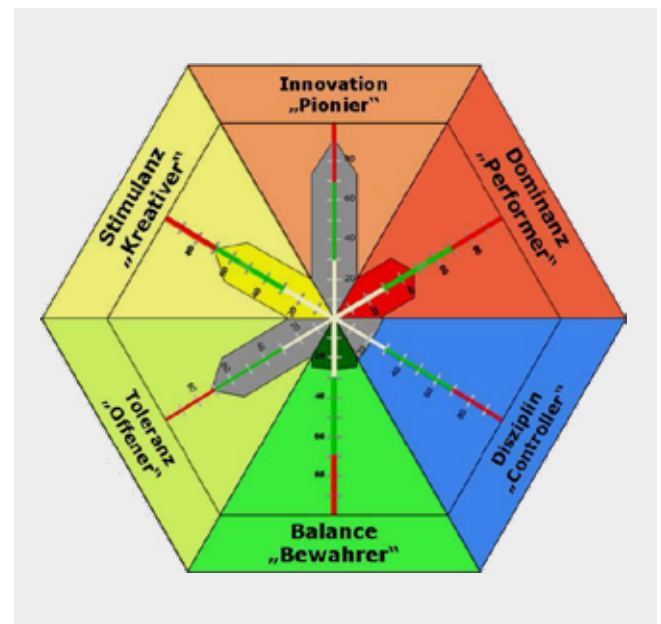
Die 3 Hauptdimensionen

Dominanz charakterisiert den Leistungstyp, der nach Ansehen und Macht strebt. Der Menschentyp, der hochgesteckte Ziele erreichen will, der aussergewöhnliche Leistungen erbringt.

Der **Stimulante** möchte immer wieder Neues, Kreatives entdecken, sucht immer wieder Abwechslung, Unterhaltung und Genuss.

Der **Balanceorientierte** ist sicherheitsliebend, orientiert sich an Bekanntem und Bewährtem.

Jeder Mensch hat seine individuelle Ausprägung dieser drei Grundinstruktionen. Und die Kombination dieser unterschiedlichen Ausprägungen ist es, was das Wesen einer Persönlichkeit ausmacht. Mit diesem Wissen werden nicht nur die Fähigkeiten eines Menschen offensichtlich, sondern auch das Kommunikationsverhalten und die Wahrnehmung. Was spricht mich an? Welche Worte lösen bei mir welche Reaktion aus?



Limbic®Chart: die grafische Darstellung der Auswertung des Limbic®Personality Check. Informationen zum Check: brigitte.zura@cmt-ag.com

Die Macht der limbischen Argumentation

Der gekonnte Umgang mit verschiedenen Kunden erfordert das Wahrnehmen des limbischen Profils (Persönlichkeit). Darauf basiert die individuelle Argumentation beziehungsweise die gezielte Ansprache der Motive des Kunden (limbische Argumentation). Je gezielter die Ansprache der Motive, desto höher die Verkaufschancen.

Wer beispielsweise Kunden mit hoher Dominanzausprägung überzeugen will, richtet seine emotionale Nutzenargumentation zum Beispiel auf Qualität, Image, VIP-Status und/oder Exklusivität.

Kunden mit hoher Balanceausprägung fühlen sich hingegen eher von folgenden emotionalen Argumenten angezogen: einfache Handhabung, langlebiges Produkt mit Garantie, auf Nummer sicher gehen, meistverkauftes Produkt.

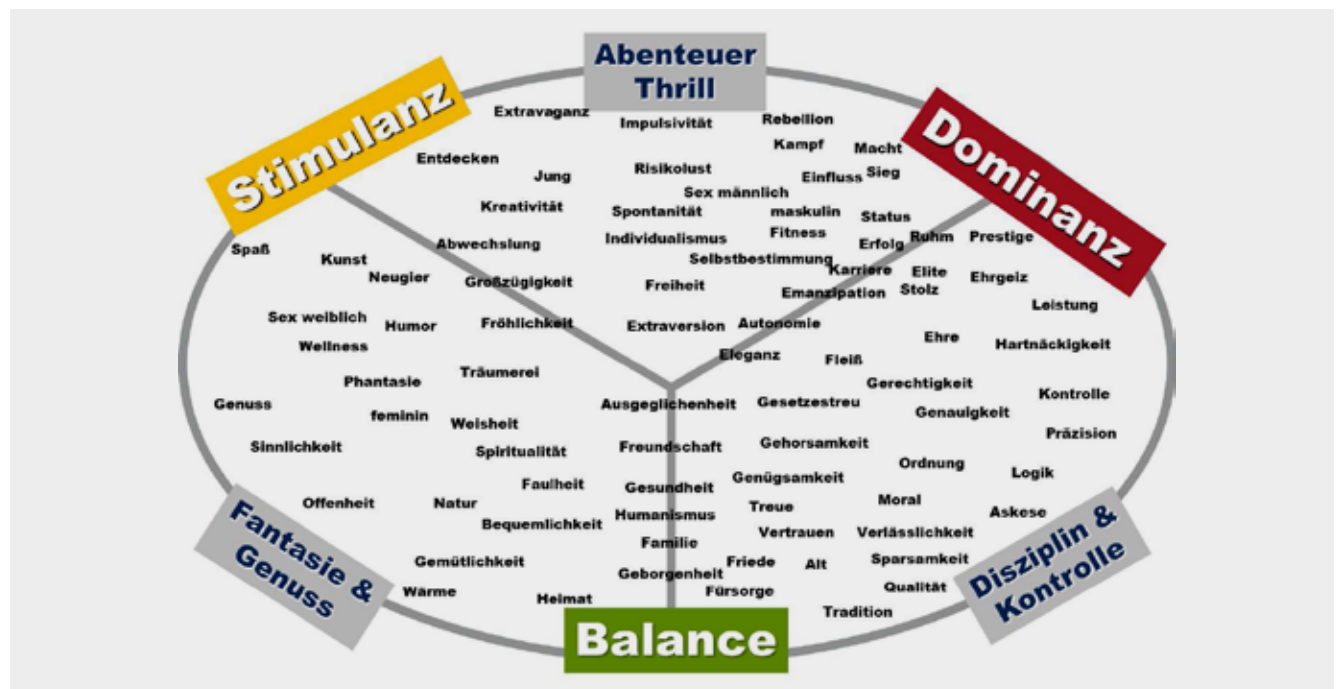
Bei Kunden mit hohem Stimulanz Anteil gewinnt man mit Argumenten in Richtung: Je innovativer, exotischer und schriller, desto besser!

Die Macht der Werte und Emotionen

Die Limbic®Map (Landkarte des Gehirns) zeigt die Gesamtstruktur der Emotionsysteme und Werte in unserem Gehirn. Sie zeigt auf, welchem Motivsystem diese zuzuordnen sind. Unsere *Emotionen und *Werte entscheiden darüber, was für uns wichtig und bedeutend ist. Werte sind immer emotional. Daher haben sie einen festen Platz in der Limbic®-Map. Das limbische System reagiert auch auf Botschaften der Produktmarken (Farben, Optik, Werbeaussagen), des Point of Sale (Licht, Geruch, Musik, Präsentation) und natürlich auch auf unser Auftreten (Körperhaltung, Gesichtsausdruck, Outfit, ...)

Jeder, der das Thema Emotional Power beherrscht, kann effektiv auf die Bedürfnisse der Kunden eingehen, sie zufriedenstellen, sogar begeistern, und damit mehr verkaufen.

Ist Emotional Power lernbar? Wir sagen ja! Wenn sie wissen wollen, wie, kontaktieren sie uns.



Limbic®Map nach Dr. Hans-Georg Häusel

* Emotionen sind nicht gleichzusetzen mit Gefühlen, sondern sie sind eine Reihe von komplexen Merkmalen wie zum Beispiel subjektives Erleben, Gesichtsausdruck, eine Vielzahl von unbewussten Programmen in unserem Gehirn und Körper, Belohnungs- und Bestrafungssystemen im Gehirn. Wertvorstellungen oder kurz Werte sind Vorstellungen über Eigenschaften (Qualitäten), die Dingen, Ideen, Beziehungen und anderem mehr zugeordnet werden. (Quelle: Wikipedia)