

## Übung:

Für eine erste Einschätzung Ihrer Grundeinstellung können Sie für sich folgende Fragen beantworten:

Wenn Sie eher introvertiert sind, kann es sein, dass Sie ...

1. den Ruf haben ein guter Zuhörer zu sein.
2. zögern bevor Sie antworten und es bevorzugen erst darüber nachzudenken.
3. Entscheidungen zunächst alleine überdenken und erst dann eventuell eine zweite Meinung hinzuziehen.

Wenn Sie eher extrovertiert sind, kann es sein, dass Sie ...

1. Den Ruf haben ein guter Redner und Überzeuger zu sein.
2. reden bevor Sie nachgedacht haben und dies manchmal bereuen.
3. Entscheidungen gerne mit anderen besprechen, um sich eine Meinung zu bilden und dann schnell und spontan entscheiden.

Je nachdem, ob Sie mehr introvertierte oder mehr extrovertierte Fragen „bejaht“ haben, ist bei Ihnen eher die eine oder die anderen Verhaltenspräferenz stärker ausgeprägt. Dies kann jetzt nur eine sehr ungenaue Einschätzung darstellen. Wenn Sie Wert legen auf eine sehr viel detailliertere Evaluierung, dann kontaktieren Sie mich bitte bezüglich Erstellung eines Persönlichkeitsprofils.

Jetzt zum Ergebnis Ihrer Kurzeinschätzung. Sie sind eher extrovertiert? Prima, Gratulation. Das ist eine sehr gute Voraussetzung für den Verkauf. Ihnen fällt es leicht, auf Kunden und Interessenten zuzugehen und einen regen Dialog zu pflegen.

Vergessen Sie bitte nur eins dabei nicht – wertschätzendes Zuhören ist eine ganz wichtige Begabung für einen Verkäufer. Es hilft also auch einmal zu schweigen☺.

Und genau dabei sind introvertierte Personen im Vorteil. Ihnen fällt es leicht, geduldig die Wünsche und Bedürfnisse des Kunden zu erforschen. Etwas mehr Temperament ist allerdings angebracht, wenn Sie die Begeisterung für Ihr Produkt vermitteln wollen oder ein klares Gesprächsergebnis erzielen wollen.

Sie sind hochgradig introvertiert, müssen aber trotzdem neue Kunden gewinnen?

Dann überlegen Sie doch einmal, ob Sie sehr extrovertierte Tätigkeiten, wie zum Beispiel die Telefonakquise oder die Ansprache von Messebesuchern auslagern können.

Was können wir noch hinsichtlich des Verkaufstalents von der Verhaltenstypologie lernen? Bei der zweiten Verhaltenspräferenz geht es um die Fragestellung: Trifft der Mensch eher denk- oder eher fühlorientierte Entscheidungen. Auch dies ist nie eine Entweder-Oder-Frage, sondern immer eine Sowohl-Als-Auch-Frage. Soll heißen, Denker haben sehr wohl Gefühle und Fühler können auch denken ☺. Aber entweder das Denken oder das Fühlen gibt letztendlich den Ausschlag bei der Entscheidungsfindung. Auch hier habe ich wieder Fragen für Sie zur Beantwortung:

Wenn Sie eher denkorientiert sind, kann es sein, dass Sie ...

1. so lange skeptisch sind, bis Sie alle Fakten bekommen.
2. in einer Diskussion beide Seiten gleichermaßen verstehen und begründen können.

3. Entscheidungen eher auf logische und analytische Art und Weise treffen.

Wenn Sie eher fühlorientiert sind kann es sein, dass Sie ...

1. Entscheidungen eher aus dem Bauch heraus treffen.
2. in einer Diskussion die Bedürfnisse anderer Menschen berücksichtigen.
3. schnell dazu bereit sind anderen Menschen zu helfen, selbst wenn Sie dabei zu kurz kommen.

Na, sind Sie eher ein Denker oder ein Fühler? Die gute Nachricht ist, beides brauchen wir im Verkauf! Der Denker hat meist folgende Verkaufsstärken:

- zielorientiertes und strategisches Vorgehen
- hohe Analysekompetenz
- überzeugende Argumentation
- Verhandlungsgeschick und Abschlussstärke
- Durchhaltevermögen

Der Fühler hingegen weist folgende Stärken im Verkauf auf:

- begabt in der Kontakthanbahnung
- gutes Einfühlungsvermögen
- hohes Engagement für den Kunden
- zuverlässige Betreuung auch über den Verkauf hinaus
- Beziehungsmanagement und Förderung der Kundenloyalität

In unterschiedlichen Verkaufsphasen brauchen wir eher Denker- oder Fühlerqualitäten. Es ist also gut, wenn wir entweder weitestgehend beides beherrschen oder dafür sorgen, dass eher ungeliebte Tätigkeiten trotzdem erledigt werden.