

Ich weiß, was du als nächstes tust

Die Kunst des Primings – alles, was Sie schon immer über Anker und andere Hinweisreize wissen wollten.

AUSGANGSSITUATION

Die Verkäufersausbildung stellt die Präsentation des Produkts und die Pragmatik der Gesprächsführung in den Mittelpunkt. Die Einstellungen des Kunden können so erkannt und das Verkaufsgespräch entsprechend angepasst werden. Stehen Stimmung und Werturteile des Kunden allerdings einem Abschluss entgegen, ist die Lage nahezu aussichtslos. Seit Mitte der siebziger Jahre beschäftigt sich die experimentelle Psychologie mit dem Ursprung von Wahrnehmung, Stimmung und Einstellung. Die Forschungsergebnisse werden unter dem Begriff Priming zusammengefasst. Obwohl Priming-Effekte über den Ausgang eines jeden Gesprächs entscheiden, stehen diese Erkenntnisse und den sich daraus ergebenden Konsequenzen für die Praxis dem Verkäufer derzeit nicht zur Verfügung.

AUS DEM INHALT

Was ist Priming?

Die Beurteilung einer Wahrnehmung oder Situation erfolgt durch den unbewussten Abgleich mit gespeicherten Hintergrundinformationen.

Die Verfügbarkeit dieser Gedächtnisinhalte wird über Umweltreize gesteuert, die kurz vorher eingegangen sind, wobei häufig auftretende und kurz zurückliegende Reize verfügbarer sind als seltene und weit zurückliegende.

Je nach Reiz werden andere Assoziationen geweckt. Diese stellen dann den Bezugsrahmen für die nachfolgende Reaktion dar.

Die Beeinflussung des Verhaltens und der Reaktionen einer Person durch vorausgehende Hinweisreize wird als Priming bezeichnet.

Beispiele für Priming

- | Menschen sind bereit, mehr Geld für eine Lebensversicherung gegen Terrorakte auszugeben als für eine allgemeine Lebensversicherung (mediales Priming).
- | Mitarbeiter, die Geldscheine auf ihrem Bildschirm sehen, verhalten sich egoistischer und aggressiver (visuelles Priming).
- | Ein Preis wird als günstiger eingeschätzt, wenn zuvor über höhere Zahlen in einem anderen Zusammenhang gesprochen wurde (semantisches Priming).
- | Richter fällen kurz vor der Mittagspause härtere Urteile als kurz danach (viszerale Priming).
- | Menschen empfinden die Zimmertemperatur in gelb gestrichenen Räumen deutlich wärmer als in blau gestrichenen (visuelles Priming).
- | Probanden erkennen ein Bild, das für Millisekunden knapp unterhalb der Wahrnehmungsschwelle auf einem Monitor gezeigt wird, wenn sie dort zuvor ein Wort gelesen haben, das zu dem Bild passt (semantisches Priming).

schwelle auf einem Monitor gezeigt wird, wenn sie dort zuvor ein Wort gelesen haben, das zu dem Bild passt (semantisches Priming).

- | Rolls Royce präsentiert Produkte auf Flugzeugmessen, da die Fahrzeuge im Umfeld von Lear Jets nicht als teure Nobelkarossen, sondern als preiswerte Life Style Accessoires wahrgenommen werden. Entsprechend sinkt die Preissensibilität und es kommt vermehrt zu unkritischen Spontankäufen (Umfeld-Priming).

Der Kurs

Innerhalb von zwei Tagen lernen die Teilnehmer das Konzept des Priming kennen und seine Spielarten in Verkaufsgesprächen anzuwenden.

Fazit

Priming gehört zur Grundausstattung der menschlichen Psychologie. Erfolgreiche Verkäufer haben daher Priming Effekte zwangsläufig schon immer genutzt. Der Kurs macht diese unbewusste Kompetenz bewusst und verfeinert sie. Priming ist dann keine höhere Gewalt mehr wie das Wetter, das günstig ist oder eben nicht, sondern eher eine kontrollierbare Klimaanlage, die sich auf die Bedürfnisse aller einstellen lässt. Priming – Kompetenz sorgt für weniger Stress, mehr Umsatz und zufriedeneren Kunden.

ZIELE

Ihre Mitarbeiter/Innen und Verkäufer/Innen werden zukünftig:

- | Ungünstige Primingreize vermeiden, mit denen sie sich selbst behindern.
- | Strategische Primingreize setzen, um beim Kunden erwünschte WahrnehmungsfILTER zu aktivieren.
- | Ihre eigene Wahrnehmung über den Augenblick hinaus auf Ursachen und Effekte von Gefühlszuständen erweitern.
- | Die einzelnen Schritte ihrer Argumentation durch Hinweisreize vorbereiten und damit den Weg zum Abschluss ebnen.
- | Nicht nur auf die Stimmung und das Verhalten des Kunden reagieren, sondern diese aktiv erzeugen.

Seminar dauer	2 Tage
Seminar gebühr	3.200,- € zzgl. MwSt. und Reisekosten
Teilnehmer max.	16
Anmeldung	telefonisch oder mit Anmeldekarte
Ablauf	Vortrag, Demonstrationen, Teilnehmerübungen, Gruppenarbeit