

## Satte Löwen jagen nicht

Wie Sie aus dösenden Verkäufern/Innen und Kunden hellwache, kaufhungrige Jäger machen – das Neueste aus der Motivationsforschung.

### AUSGANGSSITUATION

Der Kauf eines Fahrzeugs setzt ein hohes Maß an Motivation voraus. Geld muss aufgewendet werden, nicht selten unter finanziellen Risiken. Alternativen schüren die Angst, die falsche Entscheidung zu treffen. Es ergibt sich die Frage, ob der Zeitpunkt richtig gewählt ist. Führt man nicht eventuell besser damit, noch etwas abzuwarten? Das vorhandene Fahrzeug muss meistens aufgegeben werden, etwas Gewohntes wird genommen, zunächst einmal ein empfindlicher emotionaler oder ökonomischer Verlust. Andere Menschen, eventuell Vorgesetzte oder Geldgeber müssen überzeugt werden. Vielleicht findet die favorisierte Wahl nicht die Zustimmung des Freundes- und Bekanntenkreises, Partner versagen die Unterstützung. Tausend Dinge müssen erledigt werden, um den Kauf vorzubereiten, dabei sind die Tage ohnehin schon randvoll gepackt mit Obliegenheiten.

Unter diesen Bedingungen macht derjenige Verkäufer das Rennen, der es versteht, seinem Kunden im richtigen Moment den extra Schub Motivation zu geben und damit sein Angebot zur naheliegenden Wahl zu machen.

### AUS DEM INHALT

#### Was ist Motivation?

Unter Motivation versteht man die Beweggründe, die menschlichem Handeln zugrunde liegen. Begeisterung oder Vernunft werden dabei massiv überschätzt. Wie viele von den Dingen, die Sie täglich tun, begeistern Sie wirklich? Wie viel von ihrer Lebensführung ist vernünftig in dem Sinn, dass es unter allen Optionen die jeweils beste Wahl ist, die sie treffen können? Handlungen gehen Entscheidungen voraus. Theoretisch könnten Sie ja auch etwas anderes machen – doch ihr Leben besteht aus Handlungen, die dem jeweiligen Kontext naheliegen und Sie oft nicht

merken, dass Sie überhaupt etwas entschieden haben. Sie tun es einfach. Motivationspsychologie bedeutet Handlungskompetenz, Durchhaltevermögen und Vermeidung kognitiver Dissonanzen. Vor eine Wahl gestellt entscheiden sich Menschen für die Handlungsweise, bei der die Schritte vertraut sind, das Ergebnis klar ist und sie frei von inneren Konflikten sind. Nichts ist verlockender – und naheliegender.

#### Der Kurs

Die Teilnehmer lernen, die Macht der Motivation zum Verkaufserfolg zu nutzen. Die stärkste Triebfeder menschlichen Handelns ist das

Selbstkonzept. Kunden, die eine Entscheidung im Einklang mit ihrem Selbstkonzept treffen, sind entschlossen, diese auch gegen alle Schwierigkeiten durchzusetzen.

Die Teilnehmer erlernen, das Selbstkonzept ihrer Kunden mit dem Produkt zu verbinden und erwerben die Fähigkeit, im Kunden klare, umsetzbare Zielvorstellungen zu erzeugen und damit sein Durchhaltevermögen zu stärken. Im Seminar wird ein für Ihre Kunden maßgeschneiderter, leicht verständlicher Ablaufplan für den Abwicklungsprozess der Transaktion erstellt.

Die Verkäufer/Innen werden außerdem Motivationschancen im Verkauf erkennen und bemerken, wenn der Kunde an eine Motivationsgrenze stößt, um darauf verkaufsaktiv zu reagieren. Die Methodik wird in einem Step-by-Step-Modell vermittelt, das vom Erstkontakt bis zur Fahrzeugübergabe führt.

#### Fazit

Wo liegt das Problem? könnte man fragen. Der Kunde muss doch nur unterschreiben. Das Fahrzeug ist verfügbar und die Formalien übernehmen wir. Doch in der Welt des Kunden liegen die Dinge meist nicht so einfach. Unentschlossenheit, Hinhaltenaktik, nicht eingehaltene Termine, Zweifel im letzten Augenblick, Unfähigkeit, bestimmte Voraussetzungen in seinem privaten/beruflichen Umfeld zu schaffen, die den Kauf ermöglichen würden, gehen auf das Konto mangelnder Motivation. Ein unmotivierter Kunde hat Interesse, aber er kauft nicht. Motivation ist also der Schlüssel zum Erfolg. Sie erweitert das strategische Portfolio des erfahrenen Verkäufers, löst Kundenprobleme und schafft Verkaufserfolge und Kundenzufriedenheit.

### ZIELE

Traditionell wollen Verkäufer überzeugen. Das ist sowohl für den Kunden als auch für den Verkäufer mit Anstrengung verbunden und mündet oft in Widerstände. Dieser Kurs vermittelt die Fähigkeit zu erkennen, was der Kunde widerspruchsfrei und mühelos als eigenes Ziel akzeptiert.

<b>Seminardauer</b>	2 Tage
<b>Seminargebühr</b>	3.200,- € zzgl. MwSt. und Reisekosten
<b>Teilnehmer max.</b>	16
<b>Anmeldung</b>	telefonisch oder mit Anmeldekarte
<b>Ablauf</b>	Vortrag, Demonstrationen, Teilnehmerübungen, Gruppenarbeit