

## Beraten und Verkaufen



(c) Istock/NorthernStock

## DER KUNDE WILL SEINEN NAMEN HÖREN



(c) Thorsten Roos

Erinnern Sie sich noch an *Destiny's Child*? Die Girlband rund um den heutigen Weltstar Beyoncé hatte Ende der 90er einen Riesenhit: „Say my name, say my name ...“ Dieser Song sollte bei jedem Kundenkontakt in der persönlichen Jukebox zwischen Ihren Ohren laufen. Merken Sie sich das: Der Kunde will seinen Namen hören!

Von Martin Limbeck

Gerade in der Kaltakquise kann die persönliche Ansprache Ihres Gegenübers Wunder wirken. „Frau Martens, heute habe ich ein besonderes Angebot für Sie ...“ Studien belegen immer wieder, dass es Menschen schwerer fällt, ein Gespräch zu beenden oder eine Bitte auszuschlagen, wenn sie persönlich beim Namen genannt werden. Wieso? Ganz einfach: Wer seinen Namen mehrfach im Gespräch hört, fühlt sich beachtet, wertgeschätzt und geschmeichelt. Sie schaffen damit gewissermaßen ein unsichtbares Band zwischen Ihnen und Ihrem Gesprächspartner und sammeln direkt beim ersten Termin Sympathie- und Pluspunkte. Damit das auch so bleibt: Fragen Sie bitte direkt nach, wenn Sie den Namen nicht exakt verstanden haben. Nichts ist peinlicher als eine falsche Anrede in der Follow-up-E-Mail. Das gilt auch für akademische Titel wie „Dr.“ oder Adelstitel wie „Herr von ...“ oder „Freifrau von ...“. Gehen Sie lieber auf Nummer sicher mit dem vollen Namen, solange Sie nicht wissen, wie Ihr Gegenüber tickt und ob er Wert auf so eine förmliche Ansprache legt.

## DIREKTE ANSPRACHE STATT WISCHIWASCHI-GELABER

„Das neue Modell wurde speziell im Hinblick auf die Handhabung optimiert, so dass man es jetzt bequem mit einer Hand bedienen kann.“ Da platzt mir die Hutschnur, wenn ich sowas nur höre. Wer bitte, soll dieser „man“ sein?! Noch unpersönlicher geht es nicht. Und dann noch in Kombination mit einer Passivkonstruktion – No way. Ihrem Abschluss können Sie dann direkt Lebewohl sagen. Denn mit nichts schaffen Sie eine größere Distanz zu Ihrem Gesprächspartner wie mit diesen drei Buchstaben. Das ist für mich der ultimative Worst Case in Sachen Kundenansprache. Dabei wäre es so einfach: Ersetzen Sie einfach „man“ durch „Sie“ und schon machen Sie Ihr Gegenüber durch die direkte Ansprache neugierig. Kleines Wort, große Wirkung.

Geben Sie Ihren Kunden also ein gutes Gefühl, in dem Sie sie in jedem Gespräch direkt ansprechen. Lassen Sie, ergänzend zu „Sie“-Formulierungen, auch den Namen Ihres Gegenübers immer wieder einfließen. Doch denken Sie daran: Die Dosis macht das Gift. Wenn Sie inflationäres Namedropping betreiben, kommt es zu erheblichen Nebenwirkungen. Der Kunde fühlt sich dann schnell auf den Arm genommen und bekommt den Eindruck, dass Sie sich einschleimen müssen. Als Top-Seller haben Sie das nicht nötig!

**Martin Limbeck ist Inhaber der Martin Limbeck® Training Group, Experte für Blended Learning Systeme zudem Business-Speaker und Verkaufs-Spezialist auf internationaler Ebene. Seit 25 Jahren begeistert er mit seinem Insider-Know-how und praxisnahen Strategien Mitarbeiter aus Management und Verkauf. Limbeck ist Certified Speaking Professional 2011 (CSP), International Speaker of the Year 2012 und Top-Speaker of the Year 2014.**

Das neue Buch von Martin Limbeck *„Limbeck Laws - Das Gesetzbuch des Erfolgs in Vertrieb und Verkauf“* ist im Gabal-Verlag erschienen und ab 19. September für 19,90 Euro (20,50 Euro in Österreich) im Handel erhältlich.

## UND NÄCHSTE WOCHE FOLGT TEIL 3!

Martin Limbeck

## Termine



02.09.2016 (Ganztägig) | Berlin

### IFA - Internationale Funkausstellung

Veranstalter: Messe Berlin GmbH



02.09.2016 - 08:00 | Wiesbaden

### Online Marketing Tag

Veranstalter: JDK Network UG

## Jobbörse



**TÜV NORD Vertriebsmitarbeiter für Bildungsdienstleistungen im Bereich Textile Ausbildungen für die Region Aachen und Mönchengladbach w/m**

Gewünschtes Eintrittsdatum: ab sofort

Ort: Mönchengladbach