



Anzeige

Sein Papa denkt an seine Ausbildung.



Versicherungsverband Österreich



Martin Limbeck

27. April 2017

## Achtung Stolperfalle: Ihre Körpersprache lügt nicht!

Die richtige Körpersprache ist ein entscheidender Erfolgsfaktor im Kundengespräch. Wie wichtig Händedruck, Sitzhaltung und Augenkontakt sind, erklärt Verkaufsprofi Martin Limbeck.

» Weiterempfehlen

» Kommentieren

» Drucken

### Ähnliche News

- » Kongress: So unterstreichen Sie Ihre Kompetenz im Riskmanagement!
- » Wiener Städtische begibt 3,5 %-Nachrangleihe
- » FMA verschärft Mindeststandards zu Fremdwährungskrediten
- » VAV bringt neue Tarife für Oldtimer und Motorräder
- » Mit wefox mehr Zeit für Ihre Kunden

von Martin Limbeck

Sie sind auf dem Weg zum nächsten Kundentermin und haben sich bestens vorbereitet. An der Einwandbehandlung gefeilt bis zum Gehtnichtmehr, jedes Wort sorgsam abgewogen. Der Maßanzug sitzt, die Schuhe sind frisch geputzt. Los geht's! Mit einem Lächeln auf den Lippen begrüßen Sie Ihren Klienten, geben ihm die Hand – und lassen sich dann in den freien Stuhl plumpsen. Kommt Ihnen bekannt vor? Dann hätten Sie sich den ganzen Kram vorher auch sparen können. Wenn Sie wie ein Schluck Wasser in der Kurve auf Ihrem Stuhl hängen, wird sich Ihr Gegenüber kaum noch auf Ihre fachliche Expertise konzentrieren können. Wahrscheinlich fragt er sich stattdessen, ob Sie am Abend vorher noch einen draufgemacht haben. Oder ob Sie in Gedanken bereits bei der Golfpartie nach Feierabend sind.

### Der Händedruck zählt

Gerade zu Beginn eines Gesprächs bestimmt vor allem die Körpersprache den ersten Eindruck. Sie wirken auf Ihre Kunden, selbst wenn Sie nichts sagen. „Du kannst nicht nicht kommunizieren!“ Damit hat der berühmte Kommunikationswissenschaftler Paul Watzlawick den Nagel auf den Kopf getroffen. Einige Verkäufer neigen dazu, ihre Unsicherheit hinter einer Fassade aus übertrieben selbstsicherem Auftreten zu verbergen. Doch ein kleines Detail wird oft übersehen: Der Händedruck.

Dabei handelt es sich nicht nur um eine bloße Begrüßung. Es ist gleichzeitig auch immer ein nonverbales Signal, mit wem wir es zu tun haben. Nicht selten fällt in diesen Sekunden bereits die Entscheidung, ob uns jemand sympathisch ist oder nicht. Logisch, dass eine schlaffe und feuchte Hand nicht gerade das beste Licht auf Sie wirft, oder? Das ist der Killer schlechthin! Achten Sie daher gezielt darauf – ein guter, nicht zu fester Händedruck ist lernbar. Und gönnen Sie Ihren Fingern ruhig regelmäßig etwas Handcreme. Wenn Sie nicht gerade Bauarbeiter sind, wirken raue Hände schnell ungepflegt.

### Aufrecht sitzen, Augenkontakt halten

Und bitte, egal, wie verlockend es auch sein mag: Setzen Sie sich ordentlich hin. Wenn Sie gemütlich die Arme verschränken und am besten noch die Beine so übereinanderschlagen, dass das eine Bein parallel zwischen Ihnen und dem Kunden liegt, können Sie auch direkt eine Trennwand hochziehen. So ersticken Sie den Keim des Beziehungsaufbaus, bevor Sie nur „Verkaufen“ sagen können.

Zusätzliche Sicherheit geben Sie Ihrem Kunden, indem Sie ihm immer wieder in die Augen schauen und ihm konzentriert zuhören. So vermitteln Sie die klare Botschaft: „Ich nehme Sie ernst – was Ihnen wichtig ist, ist mir auch wichtig.“ Denken Sie immer daran: Körpersprachliche Signale haben eine große Bedeutung im Verkauf. Schließlich muss Ihr Kunde Ihnen zu 100 Prozent vertrauen, um den Auftrag zu unterzeichnen.

### Der Autor: Martin Limbeck

Martin Limbeck ist Inhaber der Martin Limbeck® Training Group, Experte für Blended Learning Systeme und einer der meistgefragten und renommiertesten Business-Speaker und Verkaufsspezialisten auf internationaler Ebene. Nicht nur in seinen provokativen und motivierenden Vorträgen, sondern auch in den umsetzungsorientierten Trainings steht das progressive Verkaufen in seiner Ganzheit im Mittelpunkt. Dies hat den Trainer des Jahres 2008 und 2011, Certified Speaking Professional 2011 (CSP), International Speaker of the Year 2012, Top-Speaker of the Year 2014 und Vorbildunternehmer der Jahres 2015 zu einem der effektivsten und wirksamsten Vertriebsexperten gemacht. Für seine innovativen und nachhaltigen Angebote wie den LOOP-Prozess® und die Martin Limbeck® Online Academy wurde Martin Limbeck 2016 mit dem Großen Preis des Mittelstandes der Oskar-Patzelt-Stiftung ausgezeichnet. Im Herbst 2016 ist sein neues Buch „Limbeck Laws – Das Gesetzbuch des Erfolgs in Vertrieb und Verkauf“ erschienen. Mehr Infos auf

Anzeige

