

Über Ethisches Verkaufen

Menschen kaufen und verkaufen ständig, jeden Tag und überall. Seit Anbeginn der Zeit betreiben wir Handel – sei es mit echten Waren oder Dienstleistungen. Sei es mit Wissen, Ideen und Überzeugungen. Einfach alles wird auf dem großen Marktplatz des menschlichen Daseins feilgeboten.

Und obwohl – oder gerade? – der Mensch sich vor allem durch den Handel überhaupt erst zum Homo sapiens entwickeln konnte, haftet der Tätigkeit des Verkaufens ein dunkles Makel an. Zu oft wird man von „windigen“ Verkäufern manipuliert. Zu oft hört man, wie andere über den Tisch gezogen wurden oder hat es selbst schon erlebt.

Aus gutem Grund, denn: Wörter wie "Kaufdruck erzeugen", "Abschluss generieren" werden immer noch von einigen Hardsellern proklamiert. Dabei handelt es sich hier um Verkaufsmethoden aus den 70er Jahren, die mittlerweile völlig überholt sind. Wenn der Kunde überredet oder ÜBERzeugt wird, stellt sich nach dem Kauf oft Kaufreue ein. Das erklärt die hohen Rücklaufquoten in vielen Geschäften. Der Verkauf war nicht nachhaltig. Im schlimmsten Falle gibt der Kunde seine negative Erfahrung im SocialWeb bekannt.



Es geht auch anders:

Ein Kunde, der sich gut beraten fühlt, kauft ohne Reue.

Heutzutage sind Kunden durch das Internet wesentlich besser informierter als früher. Dadurch ändert sich der Anspruch an den Verkäufer. Er soll weniger überzeugen, als wirklich gut beraten, damit der Kunde sich in der Fülle der Informationen zurechtfinden kann.

Mit einem Satz: Der Verkäufer hat die Aufgabe, den Kunden so zu unterstützen, dass dieser die für sich richtige Entscheidung treffen kann.

Was bedeutet also Ethisches Verkaufen?

Im Ethischen Verkauf steht das Kundenbedürfnis im Vordergrund, nicht das Produkt.

Das Verkaufen geschieht wertschätzend, empathisch und im Sinne des Kunden. Was sich paradox anhört, denn ein Verkäufer möchte ja in erster Linie ein Produkt platzieren. Und doch ist es die konsequente Orientierung am Kundenbedürfnis, die Ihnen einen langfristigen Verkaufserfolg erst garantiert.

Die innere Einstellung macht den Unterschied.

Ethisches Verkaufen ist deshalb nicht nur eine Technik. Die Grundlagen hierfür bilden die weichen Faktoren der sozialen Kompetenz und emotionalen Intelligenz, wie die Fähigkeit zur Empathie und Selbstreflexion. Es erfordert ein gut ausgebildetes Wertesystem, konstruktive innere Glaubenssätze und ein positives Menschenbild... sowie gesunden Menschenverstand.

Die klassischen und modernen Verkaufstools wie Aktiv Zuhören, Rollenverständnis, Neurokommunikation oder Kaufmotivwissen ergänzen den positiven Effekt.

Auch die Kenntnisse der Techniken und der Haltung des NeuroLinguistischen Programmierens sind der Sache sehr dienlich.

Übrigens:

Ethisches Verkaufen wird durch seine nachhaltige Wirkung auch zu einem wesentlichen Erfolgs- Baustein im CSR.

Denken Sie um – und nutzen Sie Ethisches Verkaufen als modernen und umsatzschenkenden Wirtschaftsfaktor!

Ich wünsche Ihnen gutes Gelingen!

Ihre

Erreichen Sie Ihre Ziele – hochmotiviert, kraftvoll und gelassen!