

33 abwechslungsreiche Nutzenargumente

Ein Kunde kauft, wenn er für sich die Relevanz und den Nutzen erkannt hat.

Probieren Sie verschiedene Formulierungen aus um Ihren Kunden in seiner Sprachwahl abzuholen. Achten Sie auf die Wortwahl Ihres Gesprächspartners. Dann können Sie eine ähnliche Redewendung anbieten. Wenn Sie die Sprache Ihres Kunden spiegeln, braucht dieser nicht umständlich den Nutzen für sich selbst übersetzen.

Wer tiefer in das Thema Kaufmotive eingestiegen ist, kann die Nutzenargumentation dem jeweiligen Motiv anpassen. Das unten stehende System ist an die Aufteilung nach Hans-Georg Häusel aus dem Buch „Brain Script“ angelehnt. Auch hier ist es hilfreich, das zu nehmen, was der Kunde Ihnen anbietet.

Ein Mensch, der sehr auf eigenen Vorteil bedacht ist sagt und hört gerne: „Sie erzielen damit“/ „Zusätzlich bekommen Sie...“

Ein Mensch, der sehr auf Sicherheit bedacht ist spricht und hört eher: „Sie stärken damit“ oder Sie sichern sich somit...“

Und ein Mensch der gerne ausprobiert äußert sich und hört lieber: „ Sie optimieren dadurch“, Sie erhalten die Chance“.

Dominanz	Balance	Stimulanz
Das hat für Sie den Vorteil	Sie verbessern dadurch	Sie verbessern dadurch
Sie steigern Ihre	Sie sparen dadurch	Sie optimieren damit
Sie erreichen dadurch	Sie vermeiden	Sie erhalten die Chance
Ihre Position wird dadurch	Sie verringern dadurch	Sie gewinnen dadurch
Sie heben sich ab	Sie sichern sich somit	Dadurch sind Sie in der Lage
Sie profitieren zusätzlich	Sie schaffen bessere	Sie erfüllen damit
Das heißt für Sie	Sie verhindern hierdurch	Dadurch können Sie probieren
Ihr Nutzen	Sie stärken damit	Dadurch können Sie wählen
Sie vergrößern dadurch	Sie erhöhen dadurch	Damit können Sie...genießen
Sie unterscheiden sich	Sie gewährleisten dadurch	Sie erreichen damit
Das ergibt für Sie	Das verhilft Ihren Kunden	Das schenkt Ihnen

Ich wünsche ihnen viel Erfolg bei Ihrem Tun!

Erreichen Sie Ihre Ziele – hochmotiviert, kraftvoll und gelassen!

