

Wenn Reden und Handeln zusammenkommen und »eins« werden, dann sind Sie auf dem besten Wege eine große Glaubwürdigkeit zu erreichen. Als Profis sind wir uns im Klaren darüber, dass diese von äußerst großer Bedeutung ist, denn herausragenden Deals eilt ein hohes Maß an Glaubwürdigkeit voraus. Vertrauen und Offenheit stellen dabei die notwendige Basis dar, um im Heute wie in der Zukunft überhaupt erfolgreich verkaufen zu können.

VERTRAUEN VERKAUFT

So ist es kein Wunder, dass Marketingexperten schon längst versuchen Produkte und Dienstleistungen mit *Vertrauenswürdigkeiten* »anzureichern«, um so eine positive und vertrauensvolle Nachricht zu transportieren.

Kommt Ihnen ein solches Beispiel bekannt vor?

- ✘ *Wie zu Großmutterns Zeiten: Ein Kuchen, nach altbewährtem Rezept. Der säuerliche Duft, frisch vom Baum gepflückter Äpfel, verfeinert mit den besten Zutaten, welche die Backstube zu geben hat. Gelingt ganz wie von selbst – Welch ein Genuss.*

Klingt das nicht vertrauenswürdig? Ein Kuchen, den es selbst zu Großmutterns Zeiten schon gab. Gebacken nach einem Rezept, welches sich bereits lange bewährt hat. Mit hochwertigen Äpfeln, weil sie frisch vom Baum gepflückt wurden. Zutaten die nur von bester Qualität sind. Noch dazu kann man gar nichts falsch machen, der Kuchen gelingt von selbst. Was soll da noch schiefgehen?

Um Produkte und Dienstleistungen besser Verkaufen zu können, kommt dem Faktor *Vertrauen* eine besondere Bedeutung zu. Vertrauen erhält man in der Regel nicht einfach so. Um Vertrauen *ernten* zu können, muss in erster Linie die richtige Saat ausgestreut werden. Die darin besteht, sich den Kunden in einer besonderen Art und Weise zuzuwenden und ihnen große Aufmerksamkeit und echtes Interesse entgegenzubringen.

Das Ziel dabei ist eine starke Beziehung aufzubauen, die geprägt wird durch charakterliches Fundament welches durch moralische und geistige Werte zum Ausdruck kommt.

Vertrauen zu anderen kann man nämlich nur dann aufbauen, wenn man sich selbst vertraut, wenn man sich seiner Person sicher ist, wenn man selbstbewusst ist. Vertrauen bedeutet an dieser Stelle, ehrlich zu sich *und* zu dem anderen zu sein.

In Zeiten, in denen sich Produkte und Dienstleistungen immer ähnlicher werden, entscheiden ganz andere Motive über Erfolg und Misserfolg. Bezogen auf den immateriellen Wert des Vertrauens heißt das: Sie verkaufen keine Produkte oder Dienstleistungen, sondern Sie verkaufen Vertrauen.

Aber wie können Sie solch ein Vertrauen aufbauen? Wie gelingt es Ihnen, bei Menschen solch ein Vertrauen zu wecken, dass sich die notwendigen Dinge wie von selbst in Bewegung setzen?

Um diesen Fragen näher zu kommen, lassen Sie uns den Begriff des Vertrauens näher betrachten, denn mit diesem werden eine Vielzahl von *Verhaltensweisen* gleichgesetzt: Ehrlichkeit, Diskretion, Verlässlichkeit, Berechenbarkeit und sicher noch einige mehr. Alle diese *Verhaltensweisen* stellen im Grunde Werteordnungen dar, die letztendlich für den Grad der Glaubwürdigkeit verantwortlich sind.

TUN, WAS MAN SAGT

Im Verkauf beschreibt Glaubwürdigkeit die Verlässlichkeit und Vertrauenswürdigkeit des Verkäufers seinen Kunden gegenüber. Im Grunde äußert sich diese für den Kunden in der Antwort auf die Frage:

»KANN ICH IN DEN WESENTLICHEN DINGEN DEM VERKÄUFER GLAUBEN UND MICH AUF IHN VERLASSEN?«

So sind es vor allem drei Kriterien, an denen Kunden die Glaubwürdigkeit eines Verkäufers festmachen:

✘ *Worten müssen Taten folgen!*

Es gilt das umzusetzen, worüber gesprochen, präsentiert oder gar verhandelt wurde. Je mehr Hoffnung und Begeisterung die Kunden mit Ihrer Aussage in Verbindung bringen, desto größer ist die Enttäuschung, wenn diese nicht eingelöst werden.

✘ *Konsequent sein!*

Damit ist gemeint, keinesfalls von Vereinbartem abzuweichen. Läuft etwas aus dem Ruder, so wird in aller Offenheit eine befriedigende Lösung für alle Beteiligten gesucht, selbst wenn es im Nachhinein zum eigenen Nachteil sein sollte. Damit können Sie eine Beschädigung Ihrer Glaubwürdigkeit rechtzeitig abwenden.

✘ *Beständigkeit zahlt sich aus!*

Haben Ihre zentralen Aussagen und Abmachungen auch noch Monate später ihre Gültigkeit, oder werden diese still und heimlich durch andere Prioritäten ersetzt? Es gibt viele Deals, die mit großem Enthusiasmus und Elan abgeschlossen wurden, sich hinterher aber als unbeständig, manchmal gar unmöglich in deren Ausführung erweisen. Auf solche Umstände werden Ihre Kunden reagieren, mit: »Das passiert uns kein Zweites mal!« Bleiben Sie beständig in dem was Sie Tun, damit Ihre Glaubwürdigkeit keinen Schaden nimmt.

Alle Punkte haben gemeinsam, dass Kunden Vertrauen dann verlieren, wenn Verkäufer sie in wichtigen Dingen enttäuschen. Die Folge daraus ist, dass damit eine der wichtigsten Möglichkeiten verloren geht, Kunden zu gewinnen und auch zu behalten. Mit Glaubwürdigkeit kommt jener Charakterzug zum Vorschein, der eine gemeinsame Zukunft erst möglich macht.

Wenn es Ihnen gelingt, Verlässlichkeit, Ehrlichkeit und Loyalität mit Ihrem Reden und Tun in Einklang zu bringen, dann erwirken Sie jene Glaubwürdigkeit, die Sie als Verkäufer vertrauenswürdig, zuverlässig und berechenbar erscheinen lässt. Wer möchte nicht gerne mit solchen Menschen zusammenarbeiten?

VERTRAUEN IST NICHT GLEICH VERTRAUEN

Zu Beginn jeder zwischenmenschlichen Beziehung steht ein Grundvertrauen, welches wir einer fremden Person entgegenbringen, aber auch von dieser erwarten. Was wäre das für ein Leben, wenn wir bei jeder fremden Person der wir begegnen, vermuten würden, dass sie uns möglicherweise ausrauben wird oder einfach Schlechtes mit uns vor hätte?

Doch dieses Grundvertrauen hat seine Nuancen: Wenn uns nachts in einer unbeleuchteten Gegend eine fremde Person begegnet, so bekommt diese weniger Vertrauensvorschuss, als wenn uns dieselbe Person tagsüber in der Fußgängerzone über den Weg läuft. Unbewusst nehmen wir bei einer fremden Person einen innerlichen »Persönlichkeitscheck« vor, um deren Vertrauenswürdigkeit zu prüfen.

Das Vertrauen zu fremden Menschen wächst, wenn wir mit ihnen eine Weile zusammen sind, und dabei gute Erfahrungen machen. Wir nehmen den Menschen in seinem Reden und Tun wahr, Verhaltensweisen wie eine freundliche Geste und eine offene Kommunikation wirken zudem zusätzlich vertrauensbildend. Nur so ist zu erklären, dass wir Mitreisende im Zug bitten, kurz auf unser Gepäck aufzupassen, obwohl wir diese Person erst kurz vorher kennengelernt haben.

Doch sehr schnell erreicht diese Vertrauensstufe seine Grenzen: Einer fremden Person die wir vor einer Stunde kennengelernt haben, würden wir wohl kaum unsere Geldbörse überlassen. Unsere Erfahrungen gehen in dieser Situation davon aus, dass die Verlockung zu einem Vertrauensmissbrauch durchaus gegeben sein kann.

Im Verkauf besteht die Herausforderung darin, eine echte, tiefe Begegnung mit dem Gegenüber zu suchen. Echtheit, Sensibilität und ein angemessener Grad an Offenheit sind wesentliche Voraussetzungen dafür. Letztendlich geht es darum, der Beziehung zu unseren Kunden eine besondere Qualität zu verleihen, denn:

MANGELNDES VERTRAUEN IST NICHTS ANDERES, ALS DIE DEFINITION EINER SCHLECHTEN BEZIEHUNG!

BEZIEHUNG IST DAS INVESTMENT

Eine gute Beziehung zu seinem Gegenüber zu haben, ist wie ein gutes Investment. Denn dort zahlen wir ein, bauen ein Guthaben auf und können abheben, wenn es nötig ist. So können wir dieses Beziehungskonto als eine Metapher betrachten, die beschreibt, wie viel Vertrauen in eine Beziehung eingezahlt wurde.

Wenn Sie bei Ihren Kunden Einzahlungen in Form von Freundlichkeit, Ehrlichkeit und Zuverlässigkeit tätigen, dann bauen Sie Reserven auf. Mit der Zeit wird Ihr Vertrauensverhältnis stärker und Sie können es, wenn nötig, beanspruchen. Sie können sozusagen Abbuchungen vornehmen. Denn letztendlich haben Sie eine *emotionale* Reserve aufgebaut, die Fehler zulässt und leichter verzeihen und vergessen lässt. So könnte zum Beispiel Ihre Kommunikation unklar sein, aber dennoch wird Sie Ihr Gegenüber nicht auf Details festnageln. Wenn Sie im Vorfeld genügend Einzahlungen getätigt haben ist das Vertrauskonto groß und die Kommunikation leicht.

Aber Vorsicht: Wenn sich schlechte Gewohnheiten einschleichen, wird das Vertrauen schnell missbraucht und das Beziehungskonto wird überzogen. Die Vertrauensebene gerät schnell in ein Minus. Welche Möglichkeiten haben Sie dann noch? Was wird es Sie kosten, vom Minus ins Plus zu kommen? Wie hoch werden die Zinsen sein, die Sie dafür bezahlen müssen?

DIE WÄHRUNG DER BEZIEHUNG

Im Folgenden nun einige Impulse, die eine Hilfe sein können, um an der Beziehung zu Ihren Kunden zu arbeiten, diese auszubauen und zu stärken. Manche der Impulse haben eine kurzfristige Wirksamkeit, die meisten zahlen sich jedoch erst langfristig aus. Alles braucht seine Zeit, so auch der Aufbau einer Beziehung und die sich einschließende Vertrauensbildung.

- ✘ *Den anderen sehen und verstehen:*
Welche Interessen und Bedürfnisse des anderen sind wahrzunehmen? Was will und braucht der andere? An dieser Stelle ist es notwendig, in Erfahrung zu bringen, ob das was Sie anzubieten haben, den tieferen Interessen und Bedürfnissen Ihrer Kunden auch entspricht. Wäre das nicht der Fall, könnte das möglicherweise einen Rückzug nach sich ziehen.

- ✘ *Die richtige Perspektive einnehmen:*
Das bedeutet, den eigenen Standpunkt nicht für absolut anzusehen, sondern sich hinterfragen zu lassen. Auf Fragen: »Wie komme ich zu dieser Auffassung?« oder »Was bewegt mich zu dieser Annahme?«, schaffen gute Antworten Akzeptanz und das nötige Verständnis.

- ✘ *Erwartungen klären:*
Viele Erwartungen bleiben im Verborgenen und kommen nie zu Tage. Dabei ist es äußerst wichtig, sich über diese Klarheit zu verschaffen, denn wenn Erwartungen nur teilweise erfüllt werden, führt das immer zu Missverständnissen und Enttäuschungen. Legen Sie ihrem Gegenüber alle für Sie vertretbaren Erwägungen auf den Tisch, dann wird er diese anhand seiner Erwartungen beurteilen und kommentieren. So kommen Sie viel leichter in den Genuss einen gemeinsamen Standpunkt zu finden.

- ✘ *Persönliche Integrität zeigen:*
Persönliche Integrität zu zeigen, ist die beste aller Vertrauensinvestitionen. Es gibt Verkäufer, die Erwartungen klären und die richtige Perspektive einnehmen, aber dennoch kein Vertrauen aufbauen können, weil sie innerlich nicht aufrichtig sind. Persönliche Integrität zu zeigen bedeutet, die Worte mit der eigenen Realität in Einklang zu bringen. Versprechen zu halten, bei der Wahrheit zu bleiben und loyal zu sein, das erfordert einen integren Charakter des Verkäufers.

- ✘ *Fehler eingestehen:*
Einen Fehler zu machen ist die eine Sache, ihn nicht zuzugeben ist die andere. In der Kundenbeziehung geht es meist um Denkfehler oder Beurteilungsfehler, die kleine und große Konsequenzen nach sich ziehen können. In der Regel werden solche Fehler, wenn Sie offen angesprochen werden, schnell verziehen. Allein durch das Bekenntnis eines Fehlers, wird Ihr Vertrauen gestärkt, weil Ihr Gegenüber davon ausgehen kann, dass Sie sich auch weiterhin so integer verhalten werden.

Ihre Integrität ist es, die Ihrer Persönlichkeit jene Qualität verleiht, um Vertrauen, Verlässlichkeit und letztendlich Glaubwürdigkeit hervorzubringen.

Wenn es Ihnen gelingt, an der Beziehung des Vertrauens zu arbeiten, werden Sie in zweifacher Hinsicht davon profitieren: Zum einen wird dies Ihr Selbstwertgefühl und Ihr Selbstbewusstsein stärken, zum anderen wird Ihre Angst vor starken Menschen, vor schwierigen Verhandlungen und Entscheidungen kleiner werden.

Am Ende wird dies mit einer weitaus höheren Auftragswahrscheinlichkeit belohnt!

© Auszug aus DEAL! Wie Sie als Verkäufer Ihre Performance steigern, um in das nächste Level aufzusteigen!

