

Marc M. Galal

So überzeugen Sie jeden

Neue Strategien
durch „Verkaufshypnose“
3. Auflage



Marc M. Galal

So überzeugen Sie jeden

Marc M. Galal

So überzeugen Sie jeden

Neue Strategien
durch „Verkaufshypnose“

3. aktualisierte
und ergänzte Auflage



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<<http://dnb.d-nb.de>> abrufbar.

Die 1. und 2. Auflage sind im wbv W. Bertelsmann Verlag erschienen.
3. aktualisierte und ergänzte Auflage 2010

Alle Rechte vorbehalten
© Gabler Verlag | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2010

Lektorat: Barbara Möller

Gabler Verlag ist eine Marke von Springer Fachmedien.
Springer Fachmedien ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.
www.gabler.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg
Druck und buchbinderische Verarbeitung: MercedesDruck, Berlin
Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier
Printed in Germany

ISBN 978-3-8349-2149-9

INHALTSVERZEICHNIS

Danksagung	7
Vorwort des Autors zur 3. Auflage	8
Vorwort von Brian Tracy	10
Vorwort von Dr. Richard Bandler	12
Einleitung	13
1. Basics	18
1.1 Das Bewusstsein eines Spitzenverkäufers	20
1.2 Die Werkzeuge eines Spitzenverkäufers	38
2. Verkaufspsychologie für Insider	47
2.3 Warum wir Menschen etwas kaufen	48
2.4 Spitzeninstrumente der Überzeugung	54
3. Der Verkaufsprozess	79
3.1 Der transparente Kunde	79
3.2 Zustandsmanagement, der Schlüssel zum Verkaufserfolg	83
3.3 Die Geheimnisse des Beziehungsaufbaus	85
3.4 Fesselnde Neugier erzeugen	91
3.5 Kunden richtig einschätzen und Salz in die Wunde geben	95
3.6 Kunden charakterisieren und Denkmuster erkennen	115

3.7 Die geheimnisvolle Macht der Überzeugung	133
3.8 Grundlagen der Verkaufshypnose	143
3.9 Vom Testabschluss zum Abschluss	165
3.10 Die Vorstellungskraft aktivieren	170
3.11 Einwände sind versteckte Chancen	173
3.12 Abschluss leicht gemacht, Zukunft sichern	193
3.13 Der Zusatzverkauf	201
Schlusswort: Die Macht zu überzeugen	211
Literaturverzeichnis	213
Stichwortverzeichnis	214
Der Autor	218

DANKSAGUNG



Manchmal sollte man innehalten und auf den Weg zurückschauen, den man gegangen ist. Die dritte, vollständig aktualisierte Auflage meines Buches „So überzeugen Sie jeden. Neue Strategien durch Verkaufshypnose“ ist einer meiner persönlichen Meilensteine und damit ein guter Moment, innezuhalten und zurückzublicken.

Viele Menschen haben mich auf diesem Weg begleitet, haben mein Know-how, meine Kraft und Inspiration gefördert, und dafür werde ich ihnen für immer dankbar bleiben. Doch wenn ich alle diese mir wertvollen und besonderen Menschen namentlich auführen wollte, dann würde dies ein eigenes Buch füllen.

Einige möchte ich dennoch nennen: Richard Bandler, Anthony Robbins und Brian Tracy. Von ihnen habe ich viel gelernt, und ich schätze, respektiere und bewundere sie. Was ich bei ihnen gelernt habe, bildete die Grundlage für die nls®-Strategie, die ich entwickelt habe.

Mein herzlicher Dank gilt auch dem Team des Marc M. Galal Instituts, das mir den Rücken frei hält, mich unterstützt und dafür sorgt, dass viele wissbegierige Menschen von der nls-Strategie profitieren können.

VORWORT DES AUTORS ZUR 3. AUFLAGE



Die Fähigkeit, Menschen zu überzeugen und zu beeinflussen, zieht sich wie ein roter Faden durch unser Leben und entscheidet darüber, ob wir erfolgreich oder erfolglos sind. Ob Sie eine neue Arbeitsstelle suchen, eine Beförderung anstreben, Ihre Bank von Ihrem Konzept überzeugen wollen oder einen Lebenspartner suchen - alles hängt von dieser speziellen Begabung ab.

Eliteverkäufer, Politiker, Werbestrategen und Staranwälte - sie alle haben diese Fähigkeit perfektioniert und wissen, dass nur derjenige erfolgreich sein wird, der in der Lage ist, schnell eine vertrauensvolle Beziehung zu seinem Gesprächspartner aufzubauen und ihn auf der bewussten und der unterbewussten Ebene zu überzeugen. Es ist unumstritten, dass Eliteverkäufer Sprach- und Verkaufshypnose in ihrem Verkaufsalltag verwenden, um Aufmerksamkeit zu erreichen und ein Vertrauensverhältnis aufzubauen, um einen unvergesslichen Eindruck zu hinterlassen und schließlich den Verkaufsabschluss zu erzielen.

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, warum sich so wenige Menschen mit dem wichtigen Thema Verkaufslinguistik beschäftigen. Unsere Sprache ist nun einmal die einzige Form, wie wir unseren Mitmenschen unsere Gedanken und Gedankenmuster mitteilen können. Wenn Sie dieses Buch durchgearbeitet haben, werden Sie erkennen, wie Sie in den Bereichen Verkaufslinguistik und Sprachfertigkeit enorme Fortschritte machen. Denn in jedem Wort und jedem Satz stecken unbewusst mehr Informationen, als Sie denken.

Dieses Buch handelt von Neuro Linguistic Selling, nls®¹, und basiert auf den Prinzipien und Techniken der anerkannten Neurolinguistischen Programmierung, NLP™. Gepaart mit bewährten Verkaufsstrategien bietet es eine wahre Wunderwelt an erprobten Strategien, umsetzbaren Tipps und ungewöhnlichen Denkansätzen. Die dritte Auflage dieses Buches wurde vollständig aktualisiert und um zahlreiche Beispiele, Techniken und Strategien erweitert. Neu hinzugekommen ist das Kapitel 3.13 „Der Zusatzverkauf“. NLP wurde in den siebziger Jahren von Richard Bandler und John Grinder entwickelt. Sie haben die besten Psychotherapeuten der Welt (Virginia Satir, Fritz Perls und Milton Erickson) modelliert. Richard Bandler und John Grinder haben dafür deren Sprache und Fähigkeiten genau analysiert und ein Modell entwickelt, das uns ermöglicht, diese außergewöhnlich erfolgreichen Strategien zu übernehmen.

Wenn es den weltbesten Therapeuten gelungen ist, allein mit der Sprache ihre Klienten vom Vorteil eines gesunden Lebens zu überzeugen, ist das doch wohl das effektivste Instrument, um Ihre Kunden vom Vorteil Ihres Produktes oder Ihrer Dienstleistung zu überzeugen.

Die Sprache ist einer der wichtigsten Faktoren, wie wir die Weltmodelle anderer Menschen wahrnehmen können und auf sie reagieren. Die Fähigkeit zu sprechen und zu kommunizieren, macht uns Menschen auf diesem Planeten einzigartig. Sigmund Freud hielt das Wort und die Sprache für das grundlegende Instrument des menschlichen Bewusstseins und hat dies auch im folgenden Zitat wiedergegeben:

„Worte waren ursprünglich Zauber, und das Wort hat noch heute viel von seiner alten Zauberkraft bewahrt. Durch Worte kann ein Mensch den anderen selig machen oder zu Verzweiflung treiben, durch Worte überträgt der Lehrer sein Wissen auf die Schüler, durch Worte reißt der Redner die Versammlung der Zuhörer mit sich fort und bestimmt ihre Urteile und Entscheidungen. Worte rufen Affekte hervor und sind das allgemeine Mittel zur Beeinflussung der Menschen untereinander.“

[Sigmund Freud, Studienausgabe Bd. 1: Vorlesungen zur Einführung in die Psychoanalyse und Neue Folge der Vorlesungen zur Einführung in die Psychoanalyse. II. Teil: Die Fehlleistungen, Frankfurt, April 1982, S. 43]

Marc M. Galal

1 nls® ist eine geschützte Wort-Marke des Autors.

VORWORT VON BRIAN TRACY



Es ist mir ein Vergnügen, dieses Vorwort für Marc M. Galal, einen der besten Verkaufstrainer in Europa, zu schreiben. Seine Ideen und Einblicke in den Verkaufsprozess haben in vielen Ländern eine tief greifende Wirkung auf eine Vielzahl von Verkäufern.

In den vergangenen 20 Jahren habe ich selbst über 500 000 Verkäufer in 24 Ländern trainiert. Außerdem habe ich gleichzeitig Trainingsprogramme mit entsprechendem Anspruch für über 100 000 Verkaufsmanager geleitet. Inzwischen habe ich hunderte von Büchern und tausende von Artikeln über die psychologische Basis eines Verkaufsprozesses gelesen und unzählige selbst verfasst bzw. erarbeitet. Jetzt hat Marc M. Galal all diese Ideen auf höchstem Niveau in diesem Buch zusammengefasst.

Einer Verkaufsregel zufolge heißt es: „Kunden entscheiden emotional und rechtfertigen logisch.“ Das bedeutet, dass die Entscheidung zum Kauf in den Gedanken des Kunden, also hauptsächlich emotional bzw. im Unterbewusstsein, getroffen wird. Die Entscheidung basiert nicht auf Logik oder Vernunft. In diesem Buch erklärt Ihnen Marc M. Galal, wie Sie sofort einen positiven Einfluss auf das Unterbewusstsein Ihres Kunden und damit den Verkauf des Produktes oder der Dienstleistung nehmen können.

In vielen Fällen entscheidet sich der Kunde innerhalb der ersten 30 Sekunden während der Begegnung mit dem Verkäufer für den Kauf. In anderen Fällen lehnt der Kunde den Kauf, auch nach mehreren intensiven Gesprächen mit dem Verkäufer, ab. Was Sie während der Lektüre der nächsten Seiten lernen, ist, warum dies passieren kann und wie Sie bestimmte Maßnahmen ergreifen können, um unverzüglich Harmonie sowie einen positiven Einfluss auf den Kunden in den ersten Sekunden der Begegnung herzustellen.

Verkaufen ist beides - Kunst und Wissenschaft. Es benötigt Fachtraining sowie geistige Vorbereitung. Je mehr Ideen und Verständnis Sie für den Verkaufsprozess und speziell für die Gedanken und die Gefühlsart Ihrer Kunden aufbringen können, umso schneller und einfacher ist es für Sie, Ihr Produkt und Ihren Service zu verkaufen.

Dieses Buch wird Ihnen die Augen für Strategien, Techniken und Methoden öffnen, die weltweit erfolgreich auf jedem Gebiet bewiesen worden sind. Sobald Sie diese Ideen erlernt und geübt haben, werden Sie zum effektivsten und erfolgreichsten Verkäufer. Sie werden auf schnellere und einfachere Art mehr verkaufen.

Sie werden mehr Geld verdienen, und Sie werden sicher zu den Besten Ihres Fachgebietes gehören.

Brian Tracy

VORWORT VON DR. RICHARD BANDLER



Es ist mir eine große Freude, dieses Vorwort für das Buch von Marc M. Galal zu schreiben, weil er meine Gedanken aufgreift und es so ermöglicht, dass Berufstätige diese in ihrem Bereich sinnvoll umsetzen können.

Dieses Buch hilft allen Menschen, die in ihrem Beruf andere Menschen überzeugen wollen. Jeder Einzelne dieser Zielgruppe, Verkäufer ebenso wie leitende Führungskräfte, sollte sich bewusst werden, dass seine Geschicklichkeit im Verkauf fachlich genauso sicher sein muss wie beim Chirurgen. In dieser Situation, in welcher man sich bewusst werden sollte, dass Sie in einem Beruf sind, in dem man Menschen hilft, eine richtige Entscheidung zu treffen, anstatt eine schlechte Entscheidung zu treffen. Und es ist gewiss eine gute Entscheidung, dieses Buch zu kaufen, und es wäre eine noch bessere Entscheidung, mit dem Lesen fortzufahren und diese Geschicklichkeit auch anzuwenden.

Es ist meine Pflicht, dass ich den Leuten sage: Lesen Sie dieses Buch, weil das Lesen dieses Buches Sie sowohl in beruflicher als auch in privater Hinsicht erfolgreicher macht - und das mit Leichtigkeit. Denn je mehr Sie sich darin verstehen, Menschen zu überzeugen, werden Sie gewiss auch in der Lage sein, sich selber zu überzeugen, gute Entscheidungen zu treffen.

Vielen Dank

Dr. Richard Bandler

Nutzen Sie Ihre Fähigkeiten!

EINLEITUNG



Die meisten von uns können sich noch an die Berliner Mauer erinnern. Bilder von Stacheldraht, Grenzübergängen und einem geteilten Deutschland kommen einem in den Sinn. Umso mehr, wenn man selbst zu dieser Zeit in Berlin war und alles mit eigenen Augen gesehen hat. Auch ich bin vor vielen Jahren einmal mit einem Bekannten an der Berliner Mauer entlanggegangen, und wir haben uns gefragt, ob wir es wohl je erleben werden, dass diese Mauer fällt. Und sie ist gefallen. Wieder erscheinen Bilder von begeisterten Menschenmassen, von Glück in den Gesichtern und Tränen in den Augen der unmittelbar betroffenen Bürger der geteilten Stadt.

Veränderungen passieren tagtäglich. Dass sich etwas verändert, ist ganz natürlich. Wenn man in der Natur eine Pflanze beobachtet, ist diese am Anfang noch ziemlich klein, fängt plötzlich an zu wachsen und wird immer größer und größer. Es ist ganz natürlich, wenn man sich, bewusst oder unbewusst, verändert. Kein Mensch ist mehr so, wie er vor zwei, drei, fünf oder zehn Jahren war. Und keiner von Ihnen wird nach der Lektüre dieses Buches so sein wie jetzt, während Sie die ersten Seiten umgeblättert haben. Vielleicht werden Veränderungen stattfinden, die Sie bewusst wahrnehmen. Und ganz sicher werden Veränderungen stattfinden, die Sie nicht bewusst wahrnehmen. Liebe Leser, wir sprechen hier über nls, Neuro Linguistic Selling.

nls verbindet die besten und effektivsten Strategien des Verkaufens mit den bahnbrechenden und anerkannten NLP™ Techniken, die gezielt weiterentwickelt wurden. Sie fragen sich vielleicht, was nls Neuro Linguistic Selling bedeutet?

Das N steht für unsere Neuronen, unsere Nervenbahnen, unsere Denkmuster. Immer, wenn Sie etwas Neues lernen, entsteht eine neuronale Verbindung. Stellen Sie sich ein großes Kornfeld vor. Ein kleines Kind läuft dort umher und hinter-

lässt in diesem großen Kornfeld seine Spuren. Genauso ist es auch, wenn Sie etwas Neues erleben. Gehen Sie öfter denselben Weg, so wird er für Sie schnell zur Gewohnheit. Wenn Sie jetzt diese Gewohnheit, also das Entscheidungsmuster oder Persönlichkeitsmuster, bei Ihrem Kunden erkennen, dann können Sie schnell eine Voraussage über sein Verhalten vornehmen.

Das L in nls steht für Linguistic, die Sprache im Verkauf. Linguisten erforschen bereits seit vielen Jahren die Gesprächsführung und Gesprächshypnose. Sie haben dabei festgestellt, dass bestimmte Satzkonstellationen und die Modulation der Stimme bei uns Menschen eine große Wirkung auslösen. Deshalb bieten sich gerade durch die Sprache unendlich viele Möglichkeiten, noch erfolgreicher zu verkaufen. Sokrates hat gesagt: „Sprich, damit ich dich sehe“.

Das S steht für Selling, das hervorragende, exzellente, einzigartige Verkaufen. Wenn Sie als Verkäufer immer nur verkaufen MÜSSEN, haben Sie ein hartes Los. Erfolgreicher und glücklicher sind diejenigen, die kaufen lassen. „Sog statt Druck“ lautet der Erfolgsgrundsatz. Wie können Sie Ihr Produkt so anziehend machen, Ihr Angebot so verlockend gestalten, dass Ihr Kunde von einem echten Kaufverlangen gepackt wird? Um dies in Perfektion umzusetzen, ist es wichtig, die psychologischen Kaufentscheidungen Ihres Kunden zu ergründen.

Sie werden mit nls in den gesamten Prozess des überzeugenden Verkaufens eingeführt. Sie lernen also nicht Sätze auswendig, sondern erfahren, wie Sie Satzmuster strategisch günstig aufbauen und in welcher Reihenfolge Sie welche Satzformulierungen einsetzen, um Ihren Kunden zu überzeugen. Genau wie sich ein Menü in Vorspeise, Hauptspeise und Dessert gliedert, so wird auch der Verkaufsprozess in einzelne Schritte unterteilt.

Mit nls werden Sie die Denkmuster Ihrer Kunden erkennen und lernen, wie Sie präzise und stilsicher darauf reagieren und Ihre Argumentation darauf abstimmen; so wie ein Arzt für jeden Patienten die richtige Diagnose stellt und die für die Heilung idealen Medikamente verordnet.

Vereinfacht ausgedrückt ist nls die Kunst der Überzeugung durch die gezielte Anwendung der Sprache.

Wir werden gemeinsam Brücken beschreiten, Themen besprechen, die für Sie mit 100-prozentiger Sicherheit faszinierend, hervorragend und exzellent sein werden. Sie werden Dinge erleben, die Sie am Anfang nicht für möglich halten. Sie werden an Ihren Fähigkeiten arbeiten und feststellen, dass Sie enorme Kenntnisse und Fähigkeiten haben. Wir werden gemeinsam herausfinden, warum Menschen etwas tun, etwas bewegen, etwas kaufen.

Warum pilgern hunderttausende Menschen zu Festivals und fahren stundenlang mit dem Auto durch Deutschland, reisen sogar aus dem Ausland an? Warum kommen 80 000 zu einem Konzert von Robbie Williams? Warum kommen so viele Leute zu einem solchen Event? Weil er gut singen kann? Das können andere mindestens ebenso gut! Was macht ihn so einzigartig, was macht ihn für die Massen so anziehend, so magnetisch? Was ist die Quintessenz? Warum gehen Sie ins Kino und sind hin und weg von manchem Schauspieler, der Sie in eine fremde Welt entführt? All diese Fragen werden Sie sich selbst beantworten können, wenn Sie dieses Buch gelesen und durchgearbeitet haben - und nicht nur das! Sie können dank des neuen Know-hows anders agieren und noch erfolgreicher verkaufen.

Erfolgreicher verkaufen durch NLS Neuro Linguistic Selling. Einen Schwerpunkt wird dabei die Linguistik bilden. Wir werden uns intensiv mit Sprachmustern beschäftigen, speziell mit der Variante der Tiefenstruktur der Sprache. Ein Beispiel dazu: „Man kann heutzutage keine Immobilien kaufen!“ Ein Satz, wie wir ihn, so oder ähnlich, täglich sagen oder hören. Doch was steckt in der Tiefenstruktur der Sprache, welche unausgesprochenen Botschaften verstecken sich hinter so einem Satz? Wer ist „man“? Wer sagt das? Wessen Weltbild wird vermittelt? Heutzutage? Wie lange dauert heutzutage? Ist heutzutage auf die Dauer eines Tages, eines Monats, eines Jahres oder eines Jahrzehnts beschränkt? Der Satz drückt zudem Ablehnung aus. Klar, aber nur das in diesem Satz zu erkennen wäre zu wenig. Gehen Sie in die Tiefe! Nicht der Kontext, der Zusammenhang, in dem dieser Satz geäußert wird, ist an dieser Stelle wichtig. Dieser bezieht sich ja nur auf den Inhalt. Gehen Sie in die Tiefe! In vielen Sätzen sind Botschaften versteckt, die wir nicht immer richtig wahrnehmen. Schließlich sehen, hören und empfinden (wenngleich vieles unbewusst geschieht) wir im gleichen Moment, in dem der Kunde diesen einen (und vielleicht entscheidenden) Satz sagt, noch tausend andere Dinge in der Umgebung. Und das, was wir sagen, ist nicht immer das, was wir denken. Das ist bei Ihnen genauso wie bei Ihrem Kunden. Die Kunst ist es, in der Kommunikation nicht nur zu hören, was gesagt wird, sondern auch die versteckten Botschaften in einem Satz zu erkennen. Ebenso ist es wichtig, wie etwas gesagt wird. Die Satzmelodie kann die Botschaft vollkommen verändern, ebenso wie das, was der Kunde nicht sagt, manchmal wichtiger ist als das, was der Kunde sagt. Nur wenn Sie ganz genau zu- oder sogar hineinhören, können Sie Ihrem Kunden das verkaufen, was er wirklich braucht und womit er glücklich ist. Das macht die Kunst der Überzeugung aus!

In einem weiteren entscheidenden Bereich beschäftigen wir uns mit Verkaufshypnose. Nach der Lektüre dieses Buches sind Sie in der Lage, andere Menschen zu hypnotisieren. Wenn Sie es in Ihrem Verkaufsalltag nicht schon längst tun. Hypnose? Da denken Sie vielleicht an Science-Fiction, an Filme, in denen jemand hypnotisiert wird und unter Hypnose Verbrechen begeht. Kaum wird das Schlüssel-