

WEGE INS ERFOLG-REICH

## DIE KRAFT DES ÜBERZEUGENS – Teil 1

Die 10 besten Strategien für die Präsentation Ihrer Idee, Ihres Produktes oder Angebotes.

Eine Serie für Ihren Erfolg. Experten-Tipps von Mag. Gabriel Schandl, CSP, CMC



Mag. Gabriel Schandl,  
Wirtschaftscoach und Keynote-Speaker

**S**ehr oft haben wir nur EINE Möglichkeit zu punkten, zu pitchten, den Auftrag zu bekommen, sei es im Geschäft, auf Messen oder in Besprechungs-Räumen. Zu viele bereiten sich nicht gut genug darauf vor. Zum Teil, weil sie nicht wissen wie. Das ändern wir heute. Wie Sie Ihre Idee und/oder Ihr Produkt perfekt präsentieren, darum geht es heute und wir zeigen Ihnen dazu die besten praxiserprobten Werkzeuge die es dazu gibt:

### 1. Finden Sie das Bedürfnis

Menschen sind nur dann interessiert, wenn etwas für Sie von Vorteil ist, was auch immer dieses etwas ist: Ein Nutzen, ein Problem, das gelöst wird. Es ist zentral, genau diesen Bedarf herauszufinden. Im Film „Wolf of Wallstreet“ ist die Szene „Verkauf mir diesen Kugelschreiber“ genau damit berühmt geworden: Keiner wollte den, solange es keinen Grund gab, jetzt einen Kuli haben zu müssen. In dem Moment, wo es etwas Wichtiges zu notieren gab, stieg das Interesse an dem an sich schönen Schreibgerät sofort an. Genau darum geht es: Herausfinden, wo mein Gegenüber steht und woran er/sie wirklich interessiert ist.

### 2. Erzeugen Sie ein Bedürfnis

Es kann sein, dass der Andere nicht sofort weiß, was er/sie eigentlich braucht. Deshalb gehört neben dem Ergründen des Bedürfnisses die Klarheit des Nutzens dazu, also welche Bedürfnisse befriedigt Ihre Idee, Ihr Produkt, Ihr Vorschlag, Ihr Angebot? Manchmal kann man hier mit der Technik des „Storytellings“ punkten: Welche anderen Menschen und/oder Unternehmen haben ein bestimmtes Problem bereits mit Ihrer Idee gelöst? Es kann sein, dass Ihr Gegenüber darauf anspringt und sagt: „Genau, das brauche ich auch!“ Das ist unser Ziel. Also sammeln Sie Erfolgs-Stories, wie und wo Ihre Idee, Ihr Produkt jemand anderen

## Gabriel Schandl

Gabriel Schandl ist Wirtschaftswissenschaftler und Leistungsforscher. Als neugieriger Erfolgs-Scout, leidenschaftlicher Keynote-Speaker und engagierter Coach unterstützt er Menschen, Unternehmen und Teams, ihr Bestes zu geben.

Der Constantinus-Kategorie-Sieger ist Buchautor und lehrt an der Fachhochschule Puch-Urstein Social Skills. Von ihm stammt der Begriff und das Konzept des „Leistungsglücks“, welches er in seinen Vorträgen weltweit eindrucksvoll darstellt.

[www.gabrielschandl.com](http://www.gabrielschandl.com)



"Sehr oft haben wir nur EINE Möglichkeit zu punkten, zu pitchen, den Auftrag zu bekommen. Zu viele bereiten sich nicht gut genug darauf vor."

erfolgreicher gemacht hat. Und erzählen Sie davon. Gerade im Möbelbereich gibt es sehr viele Best-Practice Beispiele dafür.

### 3. Lassen Sie den Anderen reden und sich gut fühlen

Dieser Punkt könnte der Technik Nr. 2 widersprechen. Tut sie nicht, sie ergänzt sie. In unserem Werkzeugkoffer zuhause haben wir auch die verschiedensten Werkzeuge, genau so ist es auch in der Kommunikation und Präsentation von Ideen. Im Umgang mit verschiedenen Menschen brauchen wir verschiedene Methoden, Werkzeuge, Techniken, dem Anderen zuzuhören ist eine der Besten davon, so banal das klingt.

Gute Verkäufer reden über Ihr Produkt, Ihr Angebot. Sehr gute Verkäufer lassen den Kunden glänzen und interessieren sich für seine/ihre Welt. Vor kurzem habe ich mir ein neues Auto angesehen. Dabei habe ich nach der Eintauchmöglichkeit meines aktuellen Fahrzeuges gefragt. Der Verkäufer fragte, wann es zugelassen wurde, ich antwortete: „2010“. Er darauf: „Das ist ja ein altes Auto.“ Unter uns: Keine gute Strategie, denn mein Wagen ist top gepflegt, ich mag ihn und er fährt sich richtig gut. Er hat leider nur vier Sitze. Ich brauche inzwischen mehr. Aber meinen nächsten Wagen werde ich sicher nicht bei diesem Verkäufer kaufen.

### 4. Stellen Sie Fragen

Dazu eignet sich sehr gut die Vielfalt an Fragen, die wir stellen können. Diese können auch gleich mit der Technik des „Pre-framings“ kombiniert werden, in der man ankündigt, was man gleich tun wird.

Beispiel: „Ich darf Ihnen einige Fragen stellen, damit wir gemeinsam herausfinden, was das Richtige für Sie ist?“ Zu 99 % wird diese Frage mit „Ja!“ beantwortet und dann wundert sich das Gegenüber auch nicht mehr, wenn Sie mit kreativen Fragen anrücken, wie zum Beispiel: „Woran werden Sie merken, dass das die richtige Entscheidung für Sie war?“ (Lösungsorientierte Abschlussfrage) oder „Was braucht es, damit Sie jetzt gleich entscheiden können?“ Auch zurückgegebene Fragen sind sinnvoll: „Wie meinen Sie das?“ oder „Womit vergleichen Sie das?“ oder „Was heißt für Sie teuer/günstig?“ Wer fragt, der führt. Diese Tatsache gilt in jedem Gespräch. Und sobald der Kunde eine positive Antwort gibt, sind Sie dem Abschluss bereits einen wesentlichen Schritt näher.

### 5. Argumentieren Sie den Nutzen, nicht die Eigenschaften

Die meisten Redner/Verkäufer/Präsentatoren sind in ihrem Thema so stark verhaftet, dass sie nur noch über Eigenschaften und

Merkmale ihrer Idee, ihres Produktes reden, aber nicht davon, was der Kunde davon hat. Wir wollen die Wörter hören: „...das bedeutet für Sie, dass...“ DAS interessiert uns, anstatt „Unsere Idee/Produkt kann, ist, hat...“ Was noch möglich ist, ist beides zu verknüpfen. „Diese Hose hat 3 % Elasthan-Anteil, das heißt, sie fühlt sich beim Sitzen schön weich an, das könnte für Ihre langen Fahrten im Zug und Flüge interessant sein!“ Ja, so eine Hose nehme ich! Vorausgesetzt, sie gefällt mir. Setzen bitte statt der Hose einfach Ihre Idee, Ihre Leistung, Ihr Angebot ein und argumentieren Sie nie wieder eine Eigenschaft ohne Nutzen. Damit erhöhen Sie die Chance, dass der Andere JA! dazu sagt.

Noch ein Beispiel: „Dieser Tisch ist aus Vollholz, das heißt, Sie werden lange Freude damit haben, weil er sich auch sehr gut pflegen läßt. Sobald Sie mit der Oberfläche nicht mehr ganz zufrieden sind: Einfach reinigen, neu einlassen mit der hochwertigen Öl-/Wachs-Mischung, die ich Ihnen mitgebe, drüberwischen, fertig. Zusätzlich duftet es im Raum wieder wunderbar. Wie klingt das für Sie?“

**Erfahren Sie in der nächsten Ausgaben die Strategien 6-10,** wie Sie Ihre Ideen perfekt rüberbringen, Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung verkaufen!

Bis dahin viel Erfolg bei der Umsetzung!