

Verkaufshypnose Manipulation ja oder nein?

Wir trinken Coca-Cola, essen bei McDonald's und rauchen Zigaretten. Wir werden sogar dazu verleitet, Dinge zu tun, die sinnlos, ja sogar ungesund sind. Da stellt sich die Frage: Haben wir noch eine eigene Meinung oder sind wir manipuliert und tun und denken, was wir tun und denken sollen?



Charakteristisch für unsere moderne Welt ist, dass wir beharrlich manipuliert und beeinflusst werden, ohne es zu merken.

Weltweit werden Menschen durch gezielte Strategien in ganz bestimmte Richtungen gelenkt, damit sie eine gewisse Einstellung gewinnen und deshalb z.B. einen bestimmten Politiker wählen. Eine entscheidende Voraussetzung für solche »Fremdbestimmung« ist Begeisterungsfähigkeit. Die Welt wird von den Menschen beherrscht, die die größten Begeisterungsfähigkeiten haben. In einer Welt voller Überzeugter hast du die Wahl, selbst ein Begeisterter zu sein und diese Fähigkeiten zu besitzen oder dir anzueignen – oder du wirst der sein, der überzeugt, begeistert oder überredet wird.

Kunden und Einkäufer sind mittlerweile hervorragend geschulte Profis und erkennen sehr schnell die Tricks herkömmlicher Verkaufstechniken. Mit der Verkaufshypnose ist das anders, sie wird vom Gegenüber nicht unmittelbar wahrgenommen. Sie beinhaltet Techniken, mit denen du auf eine positive Art und Weise andere Menschen

beeinflussen kannst.

Bei dem Begriff Hypnose schrecken viele Menschen zurück, weil sie ihn mit finsterner Esoterik, willenlosem Ausgeliefertsein und Steuerung gegen den eigenen Willen verbinden. Kritische Stimmen verteufeln sogar die Hypnose als Manipulation. Sie befürchten, dass Menschen manipuliert werden, etwas zu tun, das sie gar nicht wollen. Sie haben Recht! Wenn du die Macht besitzt, Menschen zu begeistern, kannst du vieles erreichen. Verkaufshypnose hat langfristig aber nur Erfolg, wenn du andere auf eine positive Art und Weise beeinflusst, wenn du als Verkäufer ein Produkt oder eine Dienstleistung verkaufst, wodurch dein Kunde effizienter wird, Kosten einsparen kann und erfolgreicher wird.

Was verbirgt sich hinter dem Begriff Verkaufshypnose?

Um das herauszufinden, brauchen wir erst einmal die Definition von Hypnose. Hypnose kommt aus dem Griechischen und bedeutet Schlaf bzw. schlafähnlicher Zustand, verursacht durch Suggestionen. Unter Anwendung von Sug-

gestionstechniken wird ein solcher Zustand erzeugt. In der Verkaufshypnose werden direkte (offensichtliche) und indirekte (versteckte) Suggestionstechniken verwendet, die den Kunden dazu einladen, ein starkes Kaufverlangen zu entwickeln. Verkaufshypnose bedeutet nichts anderes, als die inneren Bilder, Geräusche, Gefühle und Gerüche so zu aktivieren, dass eine Halluzination erzeugt wird, die nichts mit der Realität zu tun hat. Stelle dir einmal Folgendes vor: In meiner Hand halte ich eine leuchtend gelbe Zitrone. Ich nehme diese Zitrone, die eine poröse, griffige Oberfläche hat, und zerschneide sie in zwei Hälften. Während ich sie zerschneide, spritzt Zitronensaft heraus, und Geruch steigt in meine Nase. Jetzt zerschneide ich die Frucht in vier Teile. Nachdem ich die Zitrone zerschnitten habe, nehme ich ein Viertel dieser Zitrone und beiße ganz herzhaft hinein. Das Wasser läuft mir im Mund zusammen, und es gibt einen schön säuerlichen Geschmack. Wenn du jetzt einen leicht säuerlichen Geschmack empfindest und dir das Wasser im Mund zusammenläuft –



Mittels
sprachlicher
Fähigkeiten
Kunden
gewinnen

wenn das der Fall ist, dann war dies eine klassische und gute Verkaufshypnose. Durch bestimmte Worte sind Bilder, Geschmack, Gefühle und anderes so angeregt worden, dass dein Körper eine Reaktion ausgelöst hat und Speichelfluss entstanden ist. Aber nicht nur mit der Sprache der Sinne wird eine Halluzination erzeugt, sondern auch mit Hilfe gewisser Satzkonstellationen kann eine hypnotische Wirkung hervorgerufen werden.

Wie kann man mit Verkaufshypnose wirkungsvoller kommunizieren?

Innerhalb unseres Sprachsystems verwenden wir Konjunktionen, meist konditionale oder kausale »Wortverbindungen«, um den Sinn von zwei Satzteilen zu kombinieren. Möglich ist auch, Sätze miteinander zu verbinden, die keinen Zusammenhang ergeben, weil unser Bewusstsein dann automatisch nach Zusammenhängen sucht. »Ursache gleich Wirkung« zählt zu einem von vielen Sprachmustern. Mit der »Wenn-dann-Verknüpfung« kannst du zwei ganz unterschiedliche Sätze

miteinander verbinden. Höre dir einmal diesen Satz an: »Wenn du aus dem Fenster schaut, dann musst du weinen.« Der erste Satzteil hat nichts mit dem zweiten Satzteil zu tun, aber wir denken, es bestehe eine Verbindung. Wir sind sicher, dass wir irgendetwas sehen werden, das uns zum Weinen bringt. Der erste Satzteil ist die Ursache und der zweite Satzteil die Wirkung. Die Mutter sagt zu ihrem Kind, weil es nicht für die Schule lernen will: »Wenn du für deine Prüfung morgen nicht lernst, dann wirst du auch nichts wissen und eine schlechte Noten schreiben.« Diese Verbindung der Sätze wirkt wie eine Prophezeiung. Unbewusst versuchen wir, uns daran zu halten, sogar wenn wir keinen direkten Zusammenhang erkennen. Wenn Menschen eine Begründung für eine Sache erhalten, dann sind sie zu 95 Prozent davon überzeugt (auch wenn es keine kausalen Zusammenhänge gibt). »Wenn Sie unser Produkt sehen, dann werden Sie es kaufen wollen.« Diese kleinen Worte »wenn ... – dann ...« sind von großer Bedeutung, und ein verschwindend kleiner Auszug aus den vielfältigen Mö-

keiten, mit der Sprache in Verkaufsgesprächen, Präsentationen oder auch ganz privat gezielt umzugehen.

Die direkte und indirekte Wirkung von Sprache, Modulation, Stimme und Argumentation haben sich Anwälte, Politiker und Werbetexter längst zunutze gemacht. Verkaufshypnose anzuwenden und damit Menschen von etwas zu begeistern, wobei das Gefühl angesprochen wird, setzt jedoch gewisse Regeln und sprachliche Fertigkeiten voraus. Die NLS-Strategie (Neuro-linguistic Selling) erklärt bewusste sprachliche Formulierungen, um unbewusst beim Kunden etwas zu bewegen. Mittels NLS-Techniken kannst du Kunden stärker für deine Produkte und Dienstleistungen begeistern und den Verkauf ankurbeln.

Bei der NLS-Strategie steht das »N« für unsere Neuronen, unsere Nervenbahnen und unsere Denkmuster. Immer wenn du etwas Neues lernst, entsteht eine neuronale Verbindung.

Das »L« steht für Linguistik, das Sprachwissen im Verkauf. Linguistiker (Sprachwissenschaftler) erforschen seit langem die Gesprächsführung und Gesprächshypnose. Sie haben dabei festgestellt, dass bestimmte Satzkonstellationen und die Modulation der Stimme bei uns Menschen eine große Wirkung erzeugen.

Das »S« steht für Selling oder Speaking, das hervorragende, exzellente, einzigartige Verkaufen.

Verkäufer, die immer nur verkaufen müssen, haben ein hartes Los. Erfolgreicher und glücklicher sind diejenigen, die kaufen lassen – die »Sog statt Druck« erzeugen. ✓

Das Rhetorik-Profi-Seminar mit max. 8 TeilnehmerInnen beinhaltet die komplette Redehypnose, die sich leicht in jede Rede oder im Verkauf einsetzen lässt. Die nächsten Termine zum diesem Spezialtraining sind am 10. + 11. November in Klagenfurt sowie im März 2007 in Gröbming in der Steiermark.

Weiter Infos unter www.elmararneitz.at