

Voice sells! So nutzen Sie die unbewusste Macht der Stimme für Ihren erfolgreichen Verkauf

Die Vorgaben sind in klare Zahlen gefasst, die Ergebnisse sind durch die Segnungen der Datenverarbeitung einfach überprüfbar. Im Gegensatz zu noch vor wenigen Jahren müssen Führungskräfte wie Mitarbeiter im Vertrieb mit einem wachsenden Verkaufsanspruch umgehen. Der Wettbewerb ist hart, der Erfolgsdruck im Verkaufsgespräch nimmt damit dramatisch zu. Umso wichtiger ist es, die „unbewusste Macht der Stimme“ im Verkauf, in der Beratung und im Service besser zu nutzen. In vielen Momenten des Kundenkontakts ist die Stimme das Zünglein an der Waage. Stimm-Experte Arno Fischbacher weiß, warum die Stimme im Verkauf die Hauptrolle spielt.

Mitarbeiter in Unternehmen sind zwar in ihrem ureigensten Fachbereich oft kompetent, zu ihrer Kernkompetenz zählt jedoch nicht unbedingt das aktive und offensive Verkaufen. In vielen Unternehmen wird dies bereits deutlich ausgesprochen. Dieser Druck vergiftet nicht nur das innerbetriebliche Klima, er hat einen gravierenden Nachteil, der sich in Euro messen lässt: Es ist hörbar!

Gewinnversprechend und bunt lächelt es von Werbeprospekten, Plakaten und knackig getexteten Kundenmailings. Doch Achtung, wenn in den Chefetagen dadurch oftmals übersehen wird: Verkauft wird letztlich mit der Stimme! Egal, ob am Bankschalter oder im Beratungsgespräch, im Kunden-Erstkontakt oder im vertraulichen Telefonat – das persönliche Gespräch das Verkaufsinstrument Nummer 1.

Nonverbale Signale – Erreichen Sie Ihren Kunden über die Emotion der Stimme

„Herr Kunde, ich möchte heute mit Ihnen noch über ein wichtiges Thema sprechen!“ – Oft sind es schon die ersten Sekunden, die darüber entscheiden, ob dieses Gespräch über das Produkt der Woche erfolgreich verlaufen wird. Ob der Kunde überhaupt sein Ohr öffnet oder gleich abwinkt, er habe jetzt keine Zeit mehr. Denn die Stimme ist ein Schlüsselreiz in der Kommunikation. Die Worte können noch so klug gewählt sein, über die Stimme wird klar, wie es gemeint ist. Sie lässt Einstellungen und innere Haltungen hören. Daran ändert sich auch nichts, wenn – wie so oft zu beobachten ist – angeblich todsichere Formulierungen eingeübt werden, die garantiert zum Verkaufsabschluss führen sollen.

Selbst wo das Verkaufswissen groß und der Verkaufsprozess perfekt durchdekliniert ist, verbirgt sich oft ein gravierendes Problem: Alles ist zwar kognitiv verstanden und gut eingeübt, nur wird dabei übersehen, dass die Stimme eine ganz andere Botschaft sendet. Wenn die Stimme signalisiert, dass nicht echtes Interesse am Kunden und am Gespräch sowie Überzeugung vom Produkt die Aussage motivieren, sondern aus Verkaufsdruck eine gelernte „Erfolgsformel“ aufgesagt wird, dann nimmt das Gegenüber dies wahr – und das Gespräch unweigerlich einen weniger günstigen Verlauf. Die Hintergründe sind einleuchtend: Die moderne Gehirnforschung zeigt, dass das limbische Gehirn, welches die emotionalen Reaktionen steuert, immer früher als das Verstandesgehirn reagiert. Diese Emotion kommt in der Tonalität der Stimme herüber. Der Volksmund sage dazu „Der Ton macht die Musik“. Es lohnt sich also wirtschaftlich, die Wirkung der Stimme näher zu beachten.

Stimme trainieren? Messbare Erfolge durch gezielte Übungen

Wie kann es ohne allzu viel Aufwand gelingen, Mitarbeiter zu mehr Stimmbewusstsein und besserer Selbststeuerung im Verkaufsgespräch zu verhelfen? Bietet das klassische Stimmtraining dafür die tauglichen Methoden? Solange Schönheit und Gesundheit der Stimme und der Appell zum zeitaufwändigen Üben im Vordergrund stehen, wird es verständlicherweise als antiquiert und unwirtschaftlich erlebt. Daher bleibt es oft nur ein kurzfristig wirksames „nice-to-know“-Incentive.

Die Wirtschaft braucht Weiterbildung, die effizient ist und nachwirkt. Da es nicht um eine Schauspiel- oder Synchronsprecherausbildung geht, ist es mit den geeigneten Methoden durchaus möglich, in kurzer Zeit nachhaltige Veränderungen zu bewirken. Der messbar hohe Erfolg dieser Stimmtrainings entsteht durch wenige Wirkungshebel. Sie verhelfen dem Verkaufs-Know-how zum Durchbruch. Viele Tools sind verblüffend einfach erlernbar, leicht zu merken und machen auch noch Spaß in der Umsetzung.

Stimme bewusst im Verkauf einsetzen

Im ersten Schritt gilt es, sich bewusst zu machen, welche Stellhebel die Stimme und Sprechweise in den entscheidenden Momenten beeinflussen. Aus dem „klassischen“ Know-how des Stimmtrainings, langjähriger Erfahrung in Verkaufs- und Führungsaufgaben sowie neuesten Zugängen aus der Gehirnforschung haben sich folgende Faktoren herauskristallisiert:

- Emotionen: positive Körpermuster beim Gesprächspartner abrufen
- Reaktionen der Spiegelneuronen provozieren
- Aufmerksamkeit: mit speziellen Stimmfrequenzen Energieleitbahnen im Gehirn aktivieren
- akustisches Feld von Geborgenheit und Vertrauen schaffen
- mit stimmlichen Alpha-Signalen Führung übernehmen
- durch Sense Focusing® die Kundenwahrnehmung auf Nutzenaspekte kanalisieren
- Rhythmus beeinflussen und klar zum Abschluss auffordern

Mehrwert im Kundenkontakt – Die Stufen des Verkaufsgesprächs

Wenn Führungskräfte in ihren Abteilungen typische Verkaufsgespräche analysieren, sollten sie auf folgende fünf erfolgssensible Aspekte ganz besonders achten:

1. Akquise: Stimme verrät alles

Jeden Tag beweisen es schlechte Telefonverkäufer aufs Neue: Allein der hörbar routinierte Ton der Begrüßung im Gesprächseinstieg führt zu einem schnellen „Nein, danke!“. Wie aber öffnet sich die Tür zu wachem Interesse eines Kunden? Die Forschung zeigt, dass das Gehirn Sprache verhältnismäßig langsam verarbeitet. Erst nach 0,2 Sekunden hat es aus den Sprachlauten Worte verstanden. Genau hierin liegt die Chance, denn der Stimmklang wirkt viel schneller. Verstellen ist nicht möglich. Das Obertonspektrum der Stimme verrät alle innersten Regungen. Unbewusst vermittelt die Stimme, welche Art der Beziehung sich der Sprecher zum Zuhörer wünscht. Fühlt dieser sich gerade als potentieller Provisions- bzw. Bonusbringer angesprochen und runzelt die Stirn? Oder empfindet er echtes Interesse an seiner Person und seinen Bedürfnissen? Nur wenn der sogenannte „Eigenton“ der Stimme hörbar wird, entstehen entspannte, fundierte Gespräche mit nachhaltigem Ergebnis.

2. „Gern präsentiere ich Ihnen ...“ – Die Stimme als Repräsentant des Unternehmens

80 Prozent der Befragten empfinden Präsentationen als einschläfernd, zeigte eine Studie des Wallstreet Journals. Nur sieben Prozent der deutschen und österreichischen Führungskräfte sind mit ihrer eigenen Stimme sehr zufrieden. Ebenso ernüchternd: Nur 43 Prozent der Führungskräfte werden als sehr sicher im Ausdruck eingeschätzt (Karmasin Motivforschung 2006). Ja, das Feilen an der Präsentationstechnik nützt. Perfekt, wenn Argumente überarbeitet und der Spannungsbogen neu aufgebaut wird. Doch *begeistern* wird die Präsentation erst, wenn sie „stimmt“. Die Zahlen sollten aufrütteln, denn in derselben Studie bestätigen 97 Prozent der Befragten den direkten Zusammenhang zwischen Stimme und Sprechgewohnheiten der Mitarbeiter und dem Image des Unternehmens. Voice-Skills sind der erfolgskritische Faktor. Glaubwürdigkeit entsteht nie durch Worte allein, sondern durch das, was über die Stimme überkommt.

3. Oh nein, eine Beschwerde! – Im Konfliktgespräch überzeugen

„Wenn ich diese Entwicklung vorher geahnt hätte ...!“ Wegen der emotionalen Wucht geht man heiklen Gesprächen gern aus dem Weg. Dabei sind nicht oder unbefriedigend bearbeitete Beschwerden der einfachste Weg zu verlorenen Kunden und miserabler PR. Nirgendwo sind die unbewussten Signale so ausschlaggebend wie im Konfliktgespräch. Denn auch hier reichen ein perfektes Skript und ausgefeiltes Wording allein nicht aus. Deshalb vertrauen bereits eine Reihe namhafter Unternehmen auf den „geheimen Verführer Stimme“, wenn es um Konfliktgespräche, Beschwerdebeantwortung oder Gewährleistung geht.

4. Der Verkäufer als guter Zuhörer? Hören Sie aktiv auf die Stimme des Kunden

Seien wir ehrlich: Wenn Mitarbeiter für den Verkauf gesucht werden, wird bei der Personalauswahl auf ein eher kontaktfreudiges Naturell geachtet. Und dann heißt es in der ersten Schulung, man solle den Kunden kein „Loch in den Bauch reden“, sondern vielmehr geschickt fragen und gut zuhören. Das ist ein Widerspruch. Das „Ohr am Kunden haben“, will gelernt sein. Es gibt aktives Zuhören und es gibt aktives Zuhören. Man möchte meinen, Stimm-Trainings beschäftigen sich nur mit dem Sprechen. Dabei liegt eines der großen Erfolgsgeheimnisse in einer speziellen Art des aktiven Zuhörens. Gespräche erhalten so eine ungeahnte neue, sinnliche Dimension. Und die Stimme des Kunden verrät plötzlich wertvollste Hinweise. Nicht selten kam es schon vor, dass nach dem Training Teilnehmer mit leuchtenden Augen sagten: „Jetzt weiß ich endlich so richtig, wie ich das im Gespräch authentisch und gewinnbringend ein- und umsetzen kann.“

5. Mit der Alpha-Stimme zielgerichtet zum Abschluss

Wann ist gute Gesprächsführung dringender gefragt als in der Abschlussphase des Verkaufsgesprächs? Führung ist ein Surrogat aus ganz verschiedenen Aspekten – im Gespräch besteht sie zu etwa 80 Prozent aus unbewussten Signalen. Die Stimme wirkt dabei als Schlüsselreiz. Sie signalisiert, wie zielgerichtet der Verkäufer den Abschluss einleitet. Ob der Verkäufer sein Angebot selbst infrage stellt, sich bzgl. des Preises unsicher ist oder daran zweifelt, ob es dem Kunden gefällt. Oder ob er sich im Gegenteil sicher ist, dass in der Verhandlung ein gutes und für beide Seiten stimmiges Ergebnis erreicht wurde: Unbewusst reagiert die „interne Simulation“ des Kunden. Der konkrete Handlungsimpuls ist gesetzt.

6. Dauer und Erfolg von Trainings – Verkaufen braucht Handwerk *und* Persönlichkeit

Teilnehmer berichten unter anderem von messbar höherem Erfolgs im Produktverkauf, deutlich weniger Widerstand, weniger Nervosität vor Präsentationen und mehr Klarheit in den Aussagen. Wie jede gute Investition bringt professionelles Stimmtraining kurz- und langfristige Effekte. Langfristig reicht die Palette der Ergebnisse von mehr Selbstsicherheit gegenüber höhergestellten Kunden über „ich reagiere auf Konflikte viel souveräner“ bis zu mehr Abschlussstärke. Positive Nebeneffekte: Höhere Arbeitszufriedenheit, weniger Ausfälle. Mit geschulter Stimme werden Ziele besser und leichter erreicht – *Voice sells!*

Der Autor: Arno Fischbacher



Arno Fischbacher ist Wirtschafts-Stimmcoach, Speaker, Trainer und Autor. Er ist der Experte für die unbewusste Macht der Stimme in Kundenservice, Führung und Vertrieb und bereitet Führungskräfte und Mitarbeiter der Top-Unternehmen in Deutschland und Österreich auf Gespräche, Präsentationen und Medienauftritte vor. In seiner modernen Trainingsmethode verbindet Fischbacher seine Erfahrungen mit neuem Wissen aus Psycholinguistik und Wahrnehmungsforschung.

Arno Fischbacher hat jahrelange Praxiserfahrung: Nach seiner Schauspielausbildung zählte er zwei Jahrzehnte zum Stammensemble des heutigen Schauspielhauses Salzburg, das er während dieser Zeit mehr als zehn Jahre als kaufmännischer Direktor leitete. Nachdem Fischbacher in Film- und Fernsehproduktionen mitwirkte und als Sprecher für Hörfunk, Fernsehen, Synchron und Werbung tätig war, verließ er 1996 die Bühne und baute den Privatsender Welle 1 mit auf.

In seinem Buch "Geheimer Verführer Stimme" gibt er gut verständlich und leicht nachvollziehbar zahlreiche Tipps und Hintergründe zum Thema Stimme. Arno Fischbacher ist Gründer und Vorstand von www.stimme.at, dem europäischen Netzwerk der Stimmexperten und trägt damit heute wesentlich zum gesellschaftlichen Bewusstsein für den Wirtschaftsfaktor Stimme bei. Er besticht durch mitreißendes Auftreten und eine Fülle an praktischen, sofort anwendbaren Tipps. Stimme wirkt!

Mehr Informationen auf www.arno-fischbacher.com.

Das Buch: Geheimer Verführer Stimme



ARNO FISCHBACHER

Geheimer Verführer Stimme

77 Antworten zur unbewussten Macht in der Kommunikation

80 Seiten, broschiert

ersch. in der Reihe „Soft Skills kompakt“ (Band 6), Stéphane Etrillard (Hrsg.)

ISBN: 978-3-87387-704-7

Junfermann Verlag 2008

9,95 € (D), 10,30€ (A)

Als wäre sie ein Seismograf der Seele, verrät die Stimme (fast) alles. Beinahe 40 Prozent des persönlichen Eindrucks auf andere gehen auf das Konto der Stimme. Vor allem in der Wirtschaft setzt man immer mehr auf den "Erfolgsfaktor Stimme". Stimme wirkt und ist allgegenwärtig. Ob in der Berufswelt beim Telefonisten, beim Kundenbetreuer, der Führungskraft, dem Verkäufer – oder im Privatleben beim Flirten, beim Kaffeehausbesuch oder am Familientisch. All diese Erfahrungen aus der Praxis sowie die neuesten Erkenntnisse aus Wissenschaft und Forschung hat Arno Fischbacher in seinem Buch "Geheimer Verführer Stimme", zusammengefasst. Dem Leser gibt er damit einen praktischen Ratgeber, eine Inspirationsquelle und einen Geheimtipp für erfolgreichere Kommunikation an die Hand.