



Körpersprache



Mimik, Gestik, Haltung

Der Gesichtsausdruck und das Mienenspiel sprechen eine deutliche Sprache. Sie spiegeln die Stimmung wider, in der sich jemand befindet. Manchen Menschen kann man schon auf den ersten Blick ansehen, was sie gerade denken.

Der Gesichtsausdruck kann Zufriedenheit, Ausgeglichenheit, Harmonie, aber auch Langeweile, Unlust, Verärgerung, Überheblichkeit, Mißtrauen, Ablehnung und vieles mehr widerspiegeln.

Ein Kunde, der dem Verkäufer die Arbeitsunlust schon von weitem ansieht, ist enttäuscht und verliert den Spaß am Einkaufen. Natürlich gibt es immer wieder einmal Situationen, die es Ihnen erschweren, ein freundliches Gesicht zu machen.

Aber:

Versuchen Sie es trotzdem, und beherrschen Sie Ihr Mienenspiel. Der Kunde, der gerade auf Sie zukommt und von Ihnen beraten werden will, ist mit Sicherheit nicht für Ihren Ärger verantwortlich. Schauen Sie ihn offen und freundlich an. Er ist dann bestimmt nett zu Ihnen, und Sie überwinden Ihren Ärger leichter.

Blickkontakt

Bei der Kommunikation im Verkauf spielt der Augenkontakt eine wichtige Rolle. Dabei kommt es auf die Dauer und die Intensität des Kontaktes an. In unserem Kulturkreis - in anderen Kulturen ist es manchmal anders - wird zu Beginn eines Kontaktes ein sogenannter Ritualblick getauscht, der etwa zwei bis vier Sekunden andauert.

Dieser Augenkontakt erfolgt bei allen Begegnungen, ob es sich nun um Freunde oder unbekannte Personen handelt. Er leitet ein Gespräch ein, erfolgt beim Betreten einer Abteilung, einer Bank, eines Restaurants, eines Aufzuges - wo auch immer. Durch diesen Blickkontakt wird signalisiert, daß die Personen sich wahrgenommen haben und daß sie „friedliche“ Absichten haben.

Auch während des Gespräches werden immer wieder Blicke getauscht. Stellen Sie sich einmal einen Verkäufer vor, der seine Kunden nicht anschaut, während er mit ihnen spricht, oder der an ihnen vorbeisieht, während er Erklärungen oder Argumente vorbringt.



Natürlich würde das die Kunden irritieren. Wenn jemand den Anschein erweckt, als spreche er zu einer Person, die neben oder hinter einem steht, oder gar zur gegenüberliegenden Wand, deutet das auf Desinteresse oder extreme Unsicherheit. Da verpuffen die besten Argumente.

Daher:

Halten Sie während des Verkaufsgespräches Augenkontakt mit Ihren Kunden. Aber sehen Sie ihnen dabei nicht zu lange direkt in die Augen, das wird als unangenehm empfunden. Lassen Sie zwischendurch die Blicke abschweifen, und schauen Sie auch mal neben oder unter die Augen in das Gesicht.

Die Augen verraten viel

Wenn Sie bemerken, daß sich im Laufe des Verkaufsgespräches die Pupillen Ihres Kunden vergrößern, dann bedeutet das meistens, daß er mehr Informationen haben möchte. Vielleicht ist sein Interesse geweckt, und er will mehr über die Ware wissen. Vielleicht hat er aber auch einen schwachen Punkt entdeckt und ist mißtrauisch geworden. Oder er hat etwas nicht richtig verstanden und möchte das geklärt haben.

Eine Verkleinerung der Pupillen deutet auf Konzentration. Möglicherweise sucht der Kunde angestrengt nach einer Lösung. Dann sollte ihm Gelegenheit gegeben werden, in Ruhe nachzudenken. Es ist aber auch möglich, daß er über den gerade besprochenen Punkt ausführlicher informiert werden möchte.

Jemand, der sich langweilt, läßt die Blicke schweifen, vielleicht sieht er zur Decke oder aus dem Fenster, oder er „spaziert“ mit den Augen durch die Abteilung. Wenn dann der Blickkontakt abreißt, heißt das, daß der Kunde nicht nur mit den Augen wandern, sondern tatsächlich weggehen möchte.

Wer die Augen schließt ist müde oder möchte abschalten. Es ist ihm zuviel geworden. Wenn Ihr Kunde während des Beratungsgespräches die Lider senkt oder kurz die Augen schließt, gibt er Ihnen damit ein Zeichen, daß er genügend Informationen bekommen hat.

Welche Augensignale halten Sie für besonders aufschlußreich?



Gestik

Gesten und Ausdrucksbewegungen des Körpers unterstreichen, sparsam und bewußt angewandt, die Wirkung dessen, was gesagt wird. Sind sie unkontrolliert, zu heftig und zu zahlreich, wirken sie aufdringlich und störend.

Mit den Händen können unzählige Signale gesendet werden, oft genügt eine einzige Bewegung, um etwas zu beschreiben.

Die Hand hat zwei Grundhaltungen: offen und zudeckend.

Die offene Hand zeigt die Innenfläche. Sie ist eine offene Haltung, friedlich dem anderen zugewandt.

Die zudeckende Hand dagegen, die den Handrücken zeigt, signalisiert eine verschlossene, abweisende Haltung.

Wenn mit verdeckter Hand und gerecktem Zeigefinger von oben auf etwas gezeigt wird, wirkt das herrisch. Diese Geste löst Gefühle des Unbehagens, der Aggression oder des Widerspruchs aus.

Deshalb:

Versuchen Sie einmal ganz bewußt, bei der Vorführung Ihrer Waren überzeugende Gesten einzusetzen. Dabei können Ihre Gesten hinweisenden, verstärkenden oder werterhöhenden Charakter haben.

■ **Hinweisende Gesten**

Weisen Sie mit der Hand auf Einzelheiten oder Bedienungselemente hin.

Vermeiden Sie aber dominantes Zeigen mit dem Zeigefinger.

Vertrauenerweckender ist es, wenn der Handrücken verdeckt ist und der Zeigefinger aus der geöffneten Hand auf etwas weist.

Oder die Bewegung erfolgt mit der ganzen Hand.

■ **Verstärkende Gesten**

Deuten Sie Maße, z.B. die angesprochene Höhe, Länge oder Breite mit Gesten an. Zeichnen Sie Formen dezent mit Ihren Händen nach.

■ **WERTERHÖHENDE GESTEN**

Streichen Sie langsam über ein edles Material, das weiche Leder, den warmen Stoff oder das schöne Holz, um so zu unterstreichen, wie gut sich das Teil anfühlt. Plazieren Sie einen Artikel einzeln auf einer passenden Unterlage, und deuten Sie mit einer Handbewegung auf ihn, während Sie mit dem Kunden sprechen.

Fragen Sie doch mal einen Kollegen oder Freund, wie er Ihre Gestik beurteilt.

Setzen Sie sie gekonnt ein oder gestikulieren Sie zu viel herum?



Haltung

Wann sagt man eigentlich von einer Person, daß sie eine gute Haltung hat?

Doch dann, wenn sie sich aufrecht, aber locker, ungezwungen und unverkrampft gibt.

Wenn jemand Kopf und Schultern gerade hält, strahlt er Zuversicht und Glaubwürdigkeit aus. Seine verbalen Aussagen wirken überzeugend. Dagegen vermitteln hochgezogene Schultern Anspannung, Unsicherheit, Angst oder Niedergeschlagenheit. Wenn gleichzeitig der Kopf gesenkt wird, ist die Stimmung negativ oder gar feindselig.

Wenn Sie in Ihrem Beruf als Verkaufsmitarbeiter Erfolg haben wollen, sollten Sie auf jeden Fall solche schlechten Angewohnheiten vermeiden, wie zum Beispiel:

- Hände auf dem Rücken verschränken (Überlegenheit, Distanz)
- krumm dastehen (Desinteresse)
- Arme in die Hüfte stemmen (Entrüstung, Überlegenheit)
- Arme vor dem Körper verschränken (Abwehr)
- im Stand auf und ab wippen (Anspannung)
- unablässig von einem Bein auf das andere treten (Nervosität, Unruhe)
- Hände in die Taschen stecken (Lustlosigkeit, Langeweile)
- Arme oder Hände auf der Verkaufstheke aufstützen (Dominanz)
- mit nach innen gedrehten Füßen stehen (Unsicherheit)



Abgrenzungen

Jeder Mensch hat eine Distanzgrenze gegenüber ihm fremden Personen. Es ist der Abstand, der notwendig ist, um sich verteidigen zu können, also etwa eine Armlänge. Gegenüber vertrauten Menschen reduziert sich diese Entfernung.

Wer diese Grenze durchbricht und den persönlichen Mindestabstand unterschreitet, fängt sich einen bösen Blick ein. Das können Sie sicher auch aus eigenem Erleben bestätigen: Wenn Ihnen ein anderer zu nahe kommt, fühlen Sie sich unbehaglich und weichen zurück.

Diese Distanzgrenze gibt es auch im übertragenen Sinn. Wenn sich jemand zu vertraulich verhält, fühlt der andere sich ebenfalls unbehaglich.

Denken Sie daran:

Verletzen Sie nie die Distanzgrenze anderer!

Eine weitere wichtige Grenze ist die Territorialgrenze.

Das ist der Raum, den eine Person benötigt, beispielsweise die Abteilung.

Wenn jemand sich dort ohne Aufforderung oder Erlaubnis aufhält, wird das Territorialrecht verletzt, und die Reaktionen fallen entsprechend aggressiv aus.

Der Mensch markiert sein Territorium ähnlich wie ein Tier sein Revier.

Er stellt persönliche Gegenstände auf, hängt Poster an die Wand und hat seine eigene Ordnung. Das Territorialrecht eines Vorgesetzten wird meist ganz selbstverständlich akzeptiert. So klopft jemand an, bevor er eintritt, und wartet, bis ihm Platz angeboten wird. Dagegen stürmen manche in das Zimmer eines Kollegen und wundern sich, daß dieser erstaunt aufsieht oder laut protestiert.

Wichtig zu merken:

- Das Mienenspiel sagt etwas über die Stimmung einer Person. Eine freundliche Miene sorgt für einen guten Kontakt.
- Die Pupillengröße und die Bewegungen der Augen sind aufschlußreich. Wichtig ist auch ein angemessener Blickkontakt.
- Mit sparsamen und bewußt eingesetzten Gesten kann die Warenpräsentation wirkungsvoll unterstrichen werden.
- Eine gerade Haltung drückt Sicherheit und Vertrauenswürdigkeit aus.
- Jeder Mensch braucht einen Mindestabstand von Fremden, um sich wohl zu fühlen.