



Heidi Pütz

Expertin für Flirt-Marketing

Wer **verticken** will, muss freundlich sein

Wie Sie Kunden angraben,
abschleppen und süchtig machen

BOOKS 4 SUCCESS

Heidi Pütz

Expertin für Flirt-Marketing

Wer
verticken will,
muss freundlich sein

Wie Sie Kunden angraben,
abschleppen und süchtig machen



KUNDEN SIND WIE FRAUEN –

*Sie wollen den
perfekten Anbieter*

Ich lebe in einem sehr kleinen Dorf in der Nähe von Köln. Wenn Sie sich da einen schönen Abend machen und ausgehen wollen, dann gibt es ganz genau zwei Möglichkeiten. Pizza bei Alberto, oder Pizza bei Luigi.

Wenn ich zu Alberto gehe, dann huscht mir schon auf dem Weg dorthin ein Lächeln über das Gesicht, weil ich genau weiß, was passiert, sobald ich die Tür zum Restaurant öffne. Dann kommt der Alberto mir mit ausgebreiteten Armen entgegen und ruft durch die ganze Pizzeria: „Heidi, Ciao Bella. Wie geht es dir?“ und an dieser Stelle drückt er mir zwei herzige Küsse auf die Wangen: „Heidi, du siehst so gut aus! Mama Mia. Komm, ich nehme deinen Mantel.“

Wenn Alberto mich zu meinem Tisch führt, dann bewegt er sich vor mir, als würde er eine wichtige, italienische Mafiabraubraut eskortieren. Gekonnt zieht er den Stuhl vor, damit ich mich setzen kann. Während er die Karte holt, höre ich die sanfte, italienische Musik. Ich kann nicht anders, ich habe gute Laune und fühle mich sauwohl. Ich bemerke, dass ich mich hier bei Alberto sogar anders bewege als sonst. Ich sitze gerade wie eine französische Präsidenten-Gattin und als er mir die Karte reicht, nicke ich ihm huldvoll zu. Wer könnte diesem Charme widerstehen?

Wenn Alberto mal nicht da ist, dann gehe ich auch hin und wieder zu Luigi in die Pizzeria. Alberto und Luigi sind Brüder. Aber weil beide sehr stolz und eigensinnig sind, hat Luigi ein eigenes Restaurant eröffnet, gleich am anderen Ende der Hauptstraße. Wenn man zu Luigi geht, dann ist man aus der Ferne immer etwas unsicher, ob überhaupt geöffnet ist. Brennt da ein Licht? Im Restaurant sitzen etwas verloren einige Gäste, aber man kann Luigi nirgends entdecken. Dann ist man erleichtert, wenn man doch seine Stimme hört. Von unten, hinter dem Tresen, von wo er dann meist etwas ruft, wie: „Küche schließt in dreißig Minuten!“ Naja, wenigstens bekomme ich noch etwas zu essen.

Haben Sie auch einen Alberto? Jemanden, bei dem Sie wahnsinnig gerne kaufen, weil es immer ein Erlebnis ist? Weil Sie neben dem Produkt noch viel mehr bekommen, nämlich gute Laune und Balsam für Ihr Selbstbewusstsein?

Wer gut flirten kann, der kann sich einfach besser verkaufen. Und wer es schafft, einen Menschen emotional für sich zu gewinnen, der verkauft auch leichter seine Produkte oder ungewöhnliche Ideen. Ob wir jemandem etwas „abkaufen“ ist einfach eine Frage des Gefühls. Mit einem unhöflichen Verkäufer machen Kunden einfach

nicht gerne Geschäfte. Wenn sie dorthin gehen, dann nur weil es der einzige Anbieter ist. Oder er hat einen unschlagbar niedrigen Preis. Aber sobald Kunden einen Verkäufer finden, der nur ein wenig freundlicher ist und dem sie vertrauen, dann springen sie dem preiswerten Händler ab ohne mit der Wimper zu zucken.

Ob Sie sich morgens aufraffen und sich überlegen, wie sie Ihren Kunden freundlich begegnen können, hat also unmittelbar Auswirkungen darauf, wie viel Geld Sie am Ende des Tages in der Tasche haben. In einer Festanstellung sind die Auswirkungen nicht so schnell beim Gehalt zu spüren, aber Sie werden täglich mit einem besseren Gefühl zur Arbeit gehen. Wenn Sie der Alberto für Ihren Chef sind, dann wird er sie als Mitarbeiter schätzen und Ihr Arbeitsplatz ist Ihnen viel sicherer, weil Sie einzigartig und nicht so leicht zu ersetzen sind.

Ich möchte Ihnen zeigen, wie Sie nicht nur sich selbst zum Latin Lover der Verkäufer machen. Wenn Sie es geschickt anstellen und sich in Ihre Kunden und Arbeitgeber versetzen, dann flirtet Ihr komplettes Marketing. Das ist der Bereich in Ihrem Unternehmen, dessen Aufgabe es ist, Ihre Waren oder Dienstleistungen zu vermarkten. Mit einer attraktiven Website oder einer sexy Visitenkarte wird Ihnen das Verkaufen viel leichter von der Hand gehen. Sie denken jetzt möglicherweise: Alberto hat es da einfacher als ich. Die Italiener, die haben es einfach drauf. Die sind schon von Geburt an Charmeure. Meine Mission ist es, dieses locker leichte Lebensgefühl hier im kühlen Norden zu verbreiten. Wir können das hier wirklich gebrauchen, oder?

Was macht den Besuch bei Alberto so sympathisch? Sie werden jedes Mal absolut positiv begrüßt. Ohne Ausnahme. Der erste Kontakt ist immer voller Herzenswärme. Als würde man zur

Mama nach Hause kommen. Man wird mit ausgebreiteten Armen empfangen und ist immer herzlich willkommen. Alle Alltagsprobleme werden vorerst hinten angestellt, jetzt zählt erst mal der Mensch, der durch die Tür kommt. Und das wirklich jedes Mal ohne Ausnahme. Es ist so enorm wichtig, wie wir Kunden, Mitarbeiter und Kollegen begrüßen.

Denken Sie jetzt mal an einen Menschen, mit dem Sie gerne zu tun haben. Das kann ein Lieblings-Kunde, ein Kollege oder auch gerne jemand aus Ihrem Privatleben sein. Wie begrüßen Sie diesen Menschen, wenn er durch Ihre Tür kommt? Stellen Sie sich vor, sie würden ihn begrüßen, wie Alberto es tun würde. Haben Sie es noch im Kopf? „Heidi, Ciao Bella. Wie geht es dir?“ Küsschen, Küsschen: „Heidi, du siehst so gut aus! Mama Mia. Komm, ich nehme deinen Mantel.“ In diesem Satz steckt unheimlich viel wertvolle Kommunikation. Sprechen Sie Menschen so häufig wie möglich mit dem Namen an. Das ist eine Wertschätzung ohne Gleichen. Den eigenen Namen hört man einfach gerne. „Wie geht es dir?“ bringt Ihnen wichtige Informationen, aus welcher Situation Sie Ihren Gesprächspartner abholen. Wie fühlt er sich gerade? Braucht er etwas Zeit zum „anzukommen“? Oder ist er voller Energie und will lieber gleich zur Sache kommen? „Komm, ich nehme deinen Mantel.“ Das ist der Blick für die Bedürfnisse Ihres Gegenübers. Ist es zu warm? Möchte er etwas trinken? Wenn Sie in Zukunft einen netten Menschen begrüßen, denken Sie an die folgenden Punkte:

- Sprechen Sie die Menschen mit Namen an.
- Aus welcher Situation kommt Ihr Gesprächspartner?
- Welche Bedürfnisse hat er gerade?

In der digitalen Welt sind wir bei der Begrüßung nicht zwingend persönlich anwesend. Zum Beispiel mit dem Text auf der Startseite Ihrer Homepage. Manchmal auch in einer E-Mail oder in einem Brief. In Flyern, mit Ihrer Visitenkarte, mit jedem Marketing- und Werbemittel, mit dem Sie auf andere Menschen zugehen. Die Regeln sind hierbei die gleichen: Sprechen Sie die Menschen auf Ihrer Homepage an, wie Alberto es tun würde? Oder machen Sie in Ihren Texten den Luigi?

Jetzt brauchen Sie auf Ihrer Website niemanden mit Namen anzusprechen. Das ist, wie ich finde, datenschutzrechtlich etwas unheimlich. Aber je besser Sie die Zielgruppe definiert haben, umso eher fühlen sich die richtigen Kunden angesprochen. E-Mails oder Briefe sollten immer so persönlich wie möglich sein. Massen-Mailings ohne persönliche Ansprache landen bei mir sofort und ungeöffnet im Papierkorb.

„Wie geht es dir?“ ist auch eine wichtige Frage für Ihre Website. Aus welcher Situation holen Sie Ihren Kunden ab? Meine Kunden sind in der Regel in einer Situation, wo sie sich beruflich oder privat besser verkaufen wollen. Sie wollen mehr Kunden, mehr Geld oder eine neue berufliche Perspektive. „Komm, ich nehme deinen Mantel.“ Damit zeigt Alberto den Sinn für die Bedürfnisse seiner Gäste. Wenn jemand in sein Restaurant kommt, dann hat er Hunger, möchte entspannen und meist auch vom Alltag abschalten. Welche Bedürfnisse haben Ihre Kunden? Denken Sie darüber nach, bevor Sie zu Ihrem Kunden gehen. Vielleicht können Sie es auch zu Ihren regelmäßigen Vorbereitungen vor einem Kundengespräch zur Regel machen. Recherchieren Sie nicht nur Daten und Fakten, sondern üben Sie sich auch in Empathie.

Nun ist das Leben nicht immer ein Ponyhof voll Gefühlsduseleien. Was ist zum Beispiel mit Konflikt-Gesprächen? Angenommen, Sie müssen ein Thema ansprechen, das sehr unangenehm für die eine Seite werden wird. Manchmal sind Gespräche notwendig, in denen es um Kündigung oder Abmahnung geht. Oder es ist Ihnen einfach unangenehm nach der Gehaltserhöhung zu fragen. Aus eigener Erfahrung kann ich Ihnen sagen, solche Themen fallen Ihnen leichter, wenn Sie sich in den ersten Minuten Zeit genommen haben den Menschen zu verstehen.

Das gilt für alle zwischenmenschlichen Dinge im Leben, die Ihnen schwer fallen. Nehmen Sie sich die Zeit, die Menschen zu verstehen, auf die Sie zugehen möchten. Beschäftigen Sie sich nicht so viel mit Ihrem eigenen Problem. Überlegen Sie lieber, was ist das größte Problem für Ihren Gesprächspartner und wie können Sie ihm helfen das zu überwinden.

Das perfekte Käuferlebnis, das können Sie als Kunde bei Alberto spüren. Da bekommen Sie einfach etwas mehr als das Produkt. Da bekommen Sie gute Laune, Balsam für Ihr Selbstbewusstsein und eine kleine Seelen-Streichelei.

VERLIERER ODER GEWINNER, *das entscheidet sich schon in der Tür*

Im Restaurant ist es ruhiger geworden. Alberto setzt sich zu mir an den Tisch. Er erzählt mir, sein Bruder Luigi hat morgen Nachmittag ein Date im Eiscafé. Luigi ist schon ein wenig schüchtern. Manchmal hat er eine Verabredung, er versteht sich gut mit der Frau, aber dann geht es einfach nicht weiter. Zu einem zweiten Treffen kommt

es meist gar nicht. Das ist doch komisch, oder? Weil Alberto schon gesehen hat, wie ich im Fernsehen solche Fälle analysiere, hat er eine Idee. Er will sich mit mir ein wenig früher im Eiscafé treffen, und dann beobachten wir aus sicherer Entfernung, wie sich Luigi beim Date macht. So können wir ihm danach vielleicht einige Tipps geben.

Am nächsten Tag sitze ich wie verabredet in der netten, kleinen Eisdiele, mitten in unserem Dorf. Alberto kommt herein, und die Sonne geht auf. Er steht selbstbewusst im Türrahmen und schaut mit festem Blick durch den Raum. Er begrüßt Toni, den Besitzer der Eisdiele, mit einem freundlichen „Ciao!“. Als er mich entdeckt, schleicht sich ein verführerisches Lächeln über sein Gesicht. Er kommt auf mich zu und drückt mich ganz herzlich. Alberto schnappt seinen Stuhl und rückt ihn in Position, damit er den ganzen Raum überblicken kann.

Wir sind mitten im Gespräch, als wir bemerken, dass Luigi schon hereingekommen ist. Beinahe hätten wir ihn übersehen. Er huscht schnell und ohne sich umzusehen in die hinterste Ecke des Cafés. Weil wir sein Gesicht gar nicht gesehen haben, sind wir auch nicht sicher, ob er uns gesehen hat. Dabei ist er eingeweiht und ganz froh über die Unterstützung. Er setzt sich und steckt sofort die Nase in die Eis-Karte. Er studiert sie eindringlich, als wäre sie das Pfadfinderbuch von Tick, Trick und Track.

Ob wir bei einem Termin, egal ob privat oder geschäftlich, zu den Gewinnern oder den Verlierern gehören, das entscheidet sich schon, wie wir den Raum betreten. Warum sind manche Menschen wie eine strahlende Erscheinung und andere übersehen wir einfach?

Die Körperhaltung spielt dabei eine enorm große Rolle. Wie wir auf unsere Mitmenschen wirken, ist zu ungefähr sechzig Prozent von unserer Körpersprache abhängig. Warum haben wir Luigi kaum

wahrgenommen? Wer mit gesenktem Kopf hereinhuscht, dessen Gesicht können wir nicht sehen. Ohne Gesicht sehen wir auch keine Augen, und Augen sind enorm wichtig für unsere Ausstrahlung. Kennen Sie das Zitat „Big Brother is watching you“ aus dem Roman „1984“? George Orwell beschreibt in seinem Roman das Phänomen der Augen. Wenn wir uns beobachtet fühlen, dann verhalten wir uns in der Regel eher kooperativ. Wahrscheinlich kommt das von dem Wunsch nach gesellschaftlicher Anerkennung. Andersherum funktioniert es übrigens auch. Wenn Sie in Zukunft einmal wieder „Verstecken“ spielen und sich an einem guten Platz verbergen, schließen Sie die Augen.

Dieses Phänomen geht so weit, dass wir uns sogar von einem Foto beeinflussen lassen, wenn darauf Augen zu sehen sind. Deshalb liegen in der Werbung gerne mal die nackten Frauen auf den Autos. Im Gegensatz zur landläufigen Meinung kommt es nicht darauf an, wie wenig bekleidet die Dame ist, als darauf, ob die Augen gut zu sehen sind. Wenn ein Kunde eine Zeitschrift durchblättert, dann haben Sie nur wenige Milli-Sekunden, um ihn mit Ihrer Anzeige zu fesseln. Sind Augen auf der Anzeige zu sehen, dann gewinnen Sie ein paar Milli-Sekunden dazu, aber die sind entscheidend dafür, wie viel von Ihrer Investition die Anzeige wieder hereinspielt.

Wie sieht das Foto aus, das Sie für Internet-Profile wie Facebook oder Twitter verwenden? Kann man Ihnen direkt in die Augen sehen? Oder tragen Sie eine Sonnenbrille, oder gucken Sie verträumt in den Himmel? Ist es ein Foto aus einem Urlaub, an den Sie sich gerne erinnern, auf dem Sie gut gebräunt sind? Oder ein künstlerisches Foto, bei dem Ihnen die Haare über die Augen hängen, aber der Mund verführerisch aussieht, wie auf einem Werbeplakat? Wenn Sie selber so ein Foto nicht haben, dann schauen Sie kurz Ihre Freundes-

listen durch, da werden Sie schnell unter den Fotos fündig werden. Achten Sie darauf, dass bei Ihren Profilbildern immer die Augen gut zu sehen sind. Und nehmen Sie ein Foto, auf dem Sie freundlich lächeln. Ich weiß, viele haben Angst, schnell unseriös zu wirken, aber Sie müssen ja auf dem Foto nicht wie ein Clown aussehen. Es sollte nur freundlich sein. Mir ist aufgefallen, dass viele meiner Kunden sich selber lieber auf Fotos sehen, bei denen die Augen nicht zu sehen sind und vor allem sehen sie sich nicht gerne selber lächeln. Wenn Sie dafür eine Erklärung haben, schreiben Sie mir an: heidi@heidi-puetz.de. Damit Sie selber nicht in die gleiche Falle tappen, fragen Sie Ihr Umfeld oder den Fotografen, welches Ihrer Fotos am geeignetsten ist. Ich bin bei meinen Fotos auch nicht objektiv. Das Titelbild für dieses Buch hat auch der Verleger ausgesucht.

Häufig höre ich auch von Klienten: „Ich will nicht so direkt angesehen werden, stehe nicht gerne im Mittelpunkt.“ Das sind die Kandidaten, die wie Luigi gerne in das hinterste Eckchen verschwinden und sich unsichtbar machen. Im Mittelpunkt zu stehen kann man üben, aber ich sage Ihnen gleich, das ist eine schwere Übung. In meinen Seminaren warne ich die Teilnehmer sehr, auf sich selber zu achten und bei der doch recht unscheinbar wirkenden Übung rechtzeitig die Notbremse zu ziehen, sobald es zu unangenehm wird. Im Alltag können Sie es auch üben. Nutzen Sie jede Gelegenheit, um vor anderen Leuten zu sprechen oder die Führung zu übernehmen. Lehnen Sie sich nicht zurück, wenn gefragt wird, wer diese Position übernimmt. Zum Beispiel eine Rede zu einer Hochzeit oder die Leitung bei einer Fahrradtour. Nutzen Sie diese Gelegenheiten, um möglichst viel Übung zu bekommen.

Ein weiterer Grund nicht sichtbar zu sein ist häufig unbewusst. Wenn ich etwas zu verbergen habe, dann ist mein Körper sehr

ungnädig ehrlich. Gehe ich zu einem Date und zu Hause sitzt die Ehefrau mit Kind, oder verkaufe ich ein Produkt, von dem ich denke, dass es den Preis nicht wert ist, dann verrät mich mein Körper.

Vielleicht denken Sie jetzt: „Liebe Heidi Pütz, ich bin ein sehr kommunikativer Mensch. Gut auftreten, das kann ich schon!“ oder Sie denken: „Ich bin nun mal schüchtern, da schaffe ich das nicht.“ So oder so kann ich Ihnen sagen: Das Auftreten ist keine Charakter-Frage, sondern hängt rein von der Tagesform ab. Ich ganz persönlich gehe gerne auf Menschen zu. Aber es gibt Tage, besonders nach einem Seminar oder Vortrag, da mag ich einfach keinen sehen. Dann mache ich den Luigi, und schaue niemanden an. Aber auch an solchen Tagen kann ich, wenn es mein Job erfordert, in Sekunden mein inneres Licht einschalten und präsent sein. Wichtig ist nur, das Sie die Entscheidung vor der Tür treffen: „Gehöre ich heute zu den Gewinnern oder zu den Verlierern?“ Wenn Sie einen Raum betreten, mit dem Gedanken: „Och, mal sehen, ist mir heute egal“, dann entscheidet vielleicht ein anderer für Sie.

Deshalb sollte ich mir wirklich jedes Mal, wenn ich beruflich durch eine Tür gehe, sehr bewusst sein, was mich dahinter erwartet und was ich erreichen will. Entwickeln Sie eigene Rituale, die Sie anwenden, wenn Sie einen Raum betreten, den Sie gerne mit einem erfolgreichen Abschluss wieder verlassen wollen. Dafür gibt es zwei entscheidende Momente, einmal wenn Sie vor der Tür stehen und der zweite Moment ist der, wenn Sie die Tür geöffnet haben und den Raum betreten.

Wenn Sie noch vor der geschlossenen Tür stehen, gehen Sie kurz im Kopf die folgenden Punkte durch:

- Wie ist Ihre Körperhaltung? Stehen Sie so, wie die Mama das früher gesagt hat: „Po rein, Bauch rein, Brust raus, Kopf hoch.“ Spüren Sie kurz in Ihre Nackenmuskeln. Die sollten locker sein. Schütteln Sie sie kurz.
- Schalten Sie Ihre Ausstrahlung ein. Dazu atmen Sie ganz tief in den Brustkorb und lassen beim Ausatmen dann einfach locker.
- Suchen Sie einen positiven Leitsatz, der zu Ihnen passt. Zum Beispiel: Die Menschen in dem Raum erwarten jetzt den Experten für (hier setzen Sie Ihr Spezialgebiet oder Ihre Leidenschaft ein), und genau den bekommen Sie auch. Spätestens jetzt sollte Ihnen ein Lächeln über das Gesicht huschen. Ein Video zu den Körperübungen finden Sie unter: www.heidi-puetz.de/buch
Jetzt öffnen Sie die Tür. Bedenken Sie, dass wir immer noch an alte Instinkte gekoppelt sind. Eine Türe, die sich öffnet, bedeutet für die Menschen im Raum erst einmal „Gefahr“. Deshalb werden die ersten Sekunden genutzt, um den Neuankommeling auf seine Ungefährlichkeit zu überprüfen. Hat er Waffen in der Hand? Sieht er aggressiv aus? Lassen Sie den Menschen diese Zeit.
- Benutzen Sie die Tür als Bilderrahmen. Bleiben Sie zwei Sekunden stehen und gestatten Sie den Menschen, Sie zu betrachten und sich an Ihre Anwesenheit zu gewöhnen.
- Lassen Sie sich Zeit und entspannen Sie sich. Schauen Sie durch den Raum. Wer ist da? Wo ist der Platz, an dem Sie

sich im Raum am wohlsten fühlen werden? Erst wenn Sie das entschieden haben, gehen Sie los.

- Jeder Schauspieler, der eine Bühne betritt, wird sich auch mit der Stimme bemerkbar machen. Denken Sie an diese Regel. Wenn Sie zu Alberto in die Pizzeria gehen, dann sagen Sie laut: „Guten Abend.“ In jedem Café, in jedem Büro gibt es einen Gastgeber oder einen Empfang. Grüßen Sie laut denjenigen, der Sie anschaut. Das funktioniert sogar in der Straßenbahn. Schauen Sie, wer guckt, und sagen Sie laut und deutlich: „Guten Tag.“ So habe ich schon viele interessante Leute kennen gelernt.

So vorbereitet würde auch Luigi einen viel besseren Start beim ersten Date haben. Wenn er einen richtig guten ersten Eindruck macht, und dafür reicht Aufmerksamkeit und Konzentration in den ersten zwei Sekunden, dann ist alles andere später ein Kinderspiel.

DIE WÜNSCHE DER FRAUEN

Meine Freundin Linda arbeitet in der Apotheke, direkt auf dem Dorfplatz. Sie ist eine wunderschöne Frau. Sie ist recht groß, blond und hat wahnsinnig lange Beine. Außerdem ist sie gebildet und erfolgreich. Was Linda zu ihrem Glück noch fehlt, das ist der richtige Mann. Weil Linda ein richtiger Hingucker ist, liegt es nicht am Männermangel. Woran liegt es nur, dass der Linda alle Männer stiften gehen?

Alberto und ich, wir mögen die Linda sehr und wollen ihr gerne helfen. Also habe ich mit Alberto vereinbart, dass er Linda zum Test einladen soll. Alberto ist begeistert über diese Aufgabe: „So eine hübsche Frau!“ Und er hat sich richtig ins Zeug gelegt. Er hat extra ein Restaurant in ihrer Nähe gegoogelt, das teuerste, was er finden konnte. Und als Restaurantbesitzer kennt er sich ja aus, wo man wirklich gut essen kann.

Zur Mittagspause steht Alberto vor der Apotheke und wartet auf Linda. Die ist, wie immer, pünktlich und zuverlässig. Sie schließt gerade die Apothekentür ab, als Alberto sie anspricht. „Linda, ich möchte dich zum essen einladen. Begleitest du mich heute Mittag in ein schönes Restaurant?“ Linda ist überrascht, aber sichtlich erfreut. „Ich habe eine Stunde Zeit“, entgegnet Linda: „Aber ins Restaurant, ich weiß ja nicht. Ich mag eigentlich nicht so gerne unter vielen Menschen sein.“ Alberto überlegt fix, was er noch zu bieten hat. Er kann ja auch gut selber kochen. „Dann gehen wir zu mir nach Hause und ich mache dir eine schöne Pizza.“ „Also, das ist ja schwierig“, meint Linda. „Ich habe eine Gluten-Allergie, da geht Pizza gar nicht. Außerdem bin ich allergisch auf Nüsse, rohes Gemüse vertrage ich nicht, und ich habe eine Laktose-Intoleranz.“ „Aaah, Bella, keine Probleme!“ Alberto lässt sich nicht entmutigen, und er sieht ja, dass Linda nicht abgeneigt ist: „Wir gehen jetzt etwas trinken und reden einfach!“ „Ja, ne!“ sagt Linda: „Also ich kann mich nicht auf ein Gespräch konzentrieren, wenn ich Hunger habe!“

Es ist häufig einfacher zu sagen, was wir nicht mögen. Wir sind so erzogen. „Ich will“ klingt egoistisch, und so haben wir angefangen „ich möchte“ zu sagen. Dabei ist in unserer Kultur aber auch der Sinn für das Positive auf der Strecke geblieben. „Ich will nicht“ sagen wir schneller, als „Ich will“ oder „Ich liebe“.

Dabei ist es ungemein wichtig zu wissen, was ich will, damit ich es bekomme. Wie viele Dates sind Linda wohl schon durch die Lippen gegangen, weil die Männer gedacht haben, Linda mag einfach nicht mitgehen. Wie viel einfacher wäre es, wenn sie gesagt hätte: „Ich will lieber Pommes Frites essen.“

Mit ihrem neuen Firmen-Flyer kam eine Teilnehmerin in meinem Seminar und wollte wissen, was sie noch verbessern könnte. Dieser Flyer war für ihre Massage-Praxis und wirklich edel gestaltet. Weil meine Nackenmuskeln gerade wirklich etwas Entspannung gebrauchen konnten war ich in der richtigen Stimmung, mich in die Kunden der Teilnehmerin hineinzusetzen. Ich war sehr gespannt, was für wohltuende Möglichkeiten sie meinen müden Muskeln anbieten würde. Beim Aufblättern sprangen mir sofort eine Liste angeführt von orangenen Punkten ins Auge. Mit dem Gedanken: „Was bekomme ich hier?“ las ich dann:

- Cellulite
- Migräne
- Schlafstörungen
- Verdauungsstörungen

OK, ich verstehe, das ist eine Liste darüber, wogegen Massagen helfen können. Aber können Sie auch verstehen, in welche Stimmung das die Kunden versetzt? Man wird richtig herausgerissen aus dem Traum der Entspannung und des Wohlfühlens. Dafür fällt man in eine Welt von Migräne und Verdauungsstörungen.

Informationen sind gut, aber viel wichtiger ist das Gefühl, mit dem Sie Ihre Kunden abholen. Es ist durchaus üblich, mit Angst und Schmerz zu werben. Lassen Sie sich nicht verunsichern, wenn

Sie im Fernsehen diese Spots sehen. Überlegen Sie ganz für sich selbst: „Möchten Sie lieber mit angenehmen Gefühlen assoziiert werden, oder mit Darmproblemen?“

Dafür ist es als Erstes notwendig, dass Sie genau wissen, was Sie an sich selber gut finden. Was können Sie besonders gut und was schätzen Ihre Kunden besonders? Der zweite Schritt ist, alles aufzuschreiben. Und der meist schwierigste Schritt ist es, diese Dinge laut auszusprechen. Da fällt uns unsere Erziehung in den Rücken. Üben Sie das. Es reicht nicht, wenn Sie es hier lesen. Üben Sie, positiv über sich selbst und Ihre Tätigkeit zu reden. Mit jedem Mal wird es Ihnen leichter fallen.

Wenn Sie merken, dass es Ihnen auf Ihrer Website oder Ihrem Profil im Social Web schwer fällt oder Sie das für übertrieben halten, fragen Sie eine neutrale Person. Einen Freund oder einen Experten. Meine Kunden können häufig noch ein Schippchen drauflegen und es hört sich bei Weitem immer noch nicht nach Prahlerei an. Schreiben Sie auf Ihre Flyer, was Sie an sich gut finden und was Ihre Kunden an der Zusammenarbeit schön finden.

Linda hätte es im Leben viel leichter, wenn sie sich einmal hinsetzen und fünf Minuten darüber nachdenken würde: „Was will ich? Was kann ich besonders gut? Was mag ich besonders gerne?“

WER IST IHR PERFEKTER PARTNER?

Alberto und Luigi sitzen mit Linda abends bei einem Glas Wein zusammen und überlegen, wer ist der perfekte Partner?

Luigi möchte einfach eine Freundin. Er ist schon lange alleine und fühlt sich einsam. „Ich verstehe das nicht“, meint Luigi: „Ich habe ein

schönes Haus, da kann die Frau einziehen. Bis zu meiner Pizzeria ist es nicht weit, wenn die Kinder etwas größer sind, kann sie vormittags in der Pizzeria helfen. Welcher andere Mann kann einer Frau schon ein Restaurant bieten? Ich habe doch alles, wenn sie gerne Schuhe kaufen möchte, kein Problem. Ich sehe auch nicht schlecht aus, oder? Warum kann ich nicht die passende Frau finden?“

„Ich weiß nicht, Luigi“, Alberto schaut verträumt an die Decke: „bei mir muss es einfach ‚klick!‘ machen. Wenn ich die Frau sehe und es funkt so richtig, dann weiß ich, sie ist die Richtige für mich. Sie muss einfach zu mir passen. Linda, was meinst du, wie muss der perfekte Mann für eine Frau aussehen?“

Linda überlegt: „Der perfekte Mann ist wie ein guter Buch-Titel. Wenn du ihn das erste Mal siehst, dann zieht er dich magisch an. Du musst dieses Buch lesen. Du weißt schon auf den ersten Blick, dass du das Buch mit Spannung verschlingen wirst. Es wird dich inspirieren, dein Leben verändern und dich deinem Lebensziel näher bringen. Also, Jungs, was steht auf eurem Buch-Titel?“

Luigi sagt: „Bei mir steht: ‚Suche Frau.‘ Ich habe ja gar keine Ansprüche, ich will einfach nicht so alleine leben. Mir ist egal welche Frau, wie sie aussieht, welchen Beruf.“

Alberto grinst. „Bei mir steht: ‚Pizzabäcker mit Leidenschaft für lange Spaziergänge.‘“

Was, lieber Leser, steht auf Ihrem Buch-Titel? Was steht auf Ihrer Visitenkarte unter Ihrem Namen? Haben Sie ein Alleinstellungs-Merkmal? Es gibt viele Autoren, aber es gibt nur eine Expertin für Flirt-Marketing. Es gibt viele Pizzabäcker, aber es gibt nur einen Alberto.

Wenn wir etwas Neues suchen, einen neuen Partner, einen neuen Job oder neue Kunden, dann stehen wir unter einem Erfolgs-Druck.

Der stempelt auf unsere Stirn ein großes „Suche Frau! Dringend!“ oder „Suche Kunden! Sonst bin ich pleite!“ Das ist einfach unsexy.

Wenn wir uns klar positionieren „Ich bin Maler und Lackierer für die Frau ab 50“, dann sieht es erst einmal aus als würden wir ganz viele Kunden abschrecken. Eine Positionierung ist immer ein mutiger Schritt. Aber ich habe einen ganz klaren Vorteil. Ich ziehe den Kunden an, der perfekt zu mir passt. Er wird sich magisch angezogen fühlen und eine Idee haben, wie viel Spaß und Abenteuer eine Zusammenarbeit mit mir bedeutet. Er wird von meinen Ideen begeistert sein und selbstverständlich immer pünktlich zahlen, weil er weiß, dass er zusätzlich zu dem Produkt noch eine schöne Zeit mit mir bekommen hat.

Sie müssen wirklich nicht jedem gefallen. Wenn Sie nur zehn Prozent der Weltbevölkerung gefallen, dann haben Sie mehr Kunden, als Sie bewältigen können. Bei einem neuen Job brauchen Sie sogar nur einen Einzigen, der sagt: „Wow, das ist der perfekte Mitarbeiter. Genau das habe ich gesucht.“ Schreiben Sie Ihre Positionierung direkt auf das Titelblatt Ihrer Bewerbung, direkt unter Ihr Foto.

Wie ist es, wenn Sie sich um einen neuen Job bewerben? Haben Sie das Gefühl, Sie müssen dem Chef gefallen? Mit einer klaren Positionierung drehen Sie den Spieß um. Sagen Sie ganz klar: „Ich bin der Experte für das und das, und damit bin ich einzigartig. Wenn Sie mich nehmen, dann bekommen Sie das, das und das.“ Entweder, die Firma sucht genau das, oder Sie gehen wieder. Dann war das nicht der perfekte Job für Sie. Sie würden an dieser Position genau so unglücklich werden wie in einer Ehe mit dem falschen Partner.

Der Mann, der unser Frauenherz erobert, ist gar nicht der perfekte Mann. Schließlich sind wir auch nicht perfekt. Aber der Mann gewinnt, der ein wenig Spannung verspricht. Der nicht gleich so leicht

zu durchschauen ist. Bei dem wir uns denken: „Ja, den Mann wiederzusehen lohnt sich. Da wird jedes Gespräch eine Bereicherung.“

Kunden suchen den perfekten Anbieter. Aber sie nehmen dann den, der am sympathischsten ist. Den Anbieter, der den meisten Wert verspricht. Der Antworten auf ihre Fragen hat. Und mit dem die Zusammenarbeit Spaß machen wird.

Wie werden Sie zum perfekten Anbieter? Überlegen Sie sich genau: Welchen Wert bieten Sie mit Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung an? Wenn ich bei Ihnen kaufe, was wird dann in Zukunft für mich besser sein?

Wenn zum Beispiel eine Frau einen Mann beim Tanzen kennenlernt, dann wird sie denken: wenn ich ihn genauer kennenlerne, dann habe ich in Zukunft immer jemanden, der mit mir tanzen geht. Wenn ich einen Anbieter kennenlerne, der mir Akquise-Strategien zeigen kann, dann denke ich: In Zukunft werde ich einfacher neue Kunden gewinnen.

Was ist Ihr Zukunfts-Versprechen an den Kunden?

Lesen Sie den letzten Satz noch einmal, er ist wichtig. Schreiben Sie sich genau auf, was ist für Ihren Kunden, zukünftigen Chef oder Lebenspartner in Zukunft besser, wenn er Sie auswählt?

Wenn Sie, genau wie Alberto, wissen, was Sie wert sind und was Sie einzigartig macht, dann ziehen Sie den richtigen Partner magnetisch an. Den anderen offen zu zeigen: „Hey, wir passen einfach nicht zusammen“, ist ein Zeichen von Ehrlichkeit und macht Sie für perfekte Partner nur noch interessanter.

2

KUNDEN SIND WIE FRAUEN –

*sie wollen nur
manchmal
belogen werden*

Im Restaurant ist nicht viel los. Alberto sitzt mit seinem Koch auf der Terrasse. Vor ihnen steht ein angenehm duftender Espresso, ein paar Amarettini und die Sonne scheint den beiden ins Gesicht.

Alberto hat die Augen geschlossen und hört schmunzelnd seinem Koch zu, der gestern Abend beim Tanzen eine Frau kennengelernt hat. Als er sie am anderen Ende der Tanzfläche erblickt, ist er wie geblendet. Das ist die wunderschönste Frau, die er jemals gesehen hat. In ihrer Jeans und dem Rollkragen-Pulli sieht sie aus, als wäre sie nur zufällig nach der Arbeit hier hereingeschneit. Sie wirkt gebildet und selbstbewusst. Er nimmt all seinen Mut zusammen

und fordert sie zum Tanzen auf. Seine Traumfrau lächelt und wiegt sich vor ihm zum Klang der Musik. Und er überlegt angestrengt, was zu tun ist, damit es nach diesem Tanz nicht vorbei ist.

Und dann stellt sie die Frage: „Woher kommst du?“. Er muss eine schnelle Entscheidung treffen: „Italien“. Sie lacht fröhlich und sagt ein Wort, das offensichtlich italienisch ist. Oh nein! Er kannte nur ein paar Worte italienisch, und zwar die, die er bis jetzt in der Pizzeria aufgeschnappt hat. Diese Worte haben alle mehr oder weniger mit essen zu tun. Also antwortet er höflich: „Danke!“

Sie hält inne, verschränkt die Arme und schaut ihn böse an: „Warum belügst du mich?“

Verschämt versucht er zu erklären, dass er aus dem Irak kommt. Luigi hat ihm erzählt, dass es viele Vorurteile über Iraker gibt und es geschickter ist, einer Frau zu erzählen, man kommt aus Italien. Und weil er von ihr so fasziniert war, wollte er einfach kein Risiko eingehen.

Und dann sagt sie ihm etwas, dass er nie vergessen wird: „Sei immer stolz auf das, was du bist! Wenn eine Frau Vorurteile hat, was willst du dann mit der blöden Kuh?!?“

Alberto schüttelt grinsend den Kopf. „Das war wirklich dumm von dir. Wie hast du dir das vorgestellt? Wenn ihr später eine Beziehung habt, wie kann sie dir da jemals vertrauen, wenn schon deine ersten Worte eine Lüge sind? Was hättest du gemacht, wenn sie dich später mal hätte heiraten wollen? Hättest du Italienisch gelernt und ihr deine italienische Familie präsentiert? Du bist ein lustiger Vogel.“

Eine Lüge als Türöffner? Diesen Gedanken hatten wir doch alle schon einmal. Wenn der Traum-Kunde vor einem steht, dann möchte man sich keine Blöße geben. Obwohl man alleine arbeitet, schreibt und spricht man plötzlich von „wir“. Auf der Website steht

„unser Team“, aber darunter erscheint nur ein einziges Foto. Das sind nur kleine Lügen?

Eine Beziehung, die mit einer Lüge anfängt, besteht selten langfristig. Egal ob privat oder im Geschäftsleben. Lügen haben die Angewohnheit, zu Todesspiralen zu werden: Um die erste Lüge zu decken, muss man zwei weitere erfinden. Und diese brauchen vier neue Lügen, damit sie nicht auffliegen.

Dabei lohnen sich Lügen nicht. Mit ein wenig Erfahrung und Beobachtungsgabe enttarnen Frauen und Kunden auch kleine Lügen sofort. Wenn der Gesprächspartner sich plötzlich verspannt, braucht man eigentlich nur scharf nachzufragen. Es gibt viele Indizien für Lügen.

Viele Menschen, die etwas verheimlichen wollen, haben trotzdem den Wunsch der Erziehung entsprechend nicht zu lügen. Und was machen sie dann? Sie verschweigen den wichtigen Teil der Geschichte. Allerdings muss ich gestehen, es geschieht aus Nettigkeit. Man möchte dem Partner oder Geschäftsfreund nicht wehtun und denkt, mit dem Verschweigen kann man ihn vor diesen schlechten Gefühlen schützen. Aber seien wir doch mal ehrlich, das ist ein wirklich erbärmlicher und kindlicher Versuch.

Eine kleine Lüge scheint verlockend, weil sie es uns anfänglich leichter macht. Aber schon nach kurzer Zeit kommen die Probleme:

- Ich habe immer die Angst im Nacken, enttarnt zu werden. Das macht mich unruhig und verkrampft.
- In meinem Kopf kreist ständig die Frage: Wann ist der beste Zeitpunkt, um doch die Wahrheit zu sagen?
- Wie kann mir jemand vertrauen, den ich schon im ersten Satz belogen habe?

Wer wirklich etwas auf sich hält, steht nicht nur ehrlich zu seinen Schwächen, sondern er lernt auch, sie in eine Stärke zu verwandeln. Ehrlich zu meinen Schwächen zu stehen, lässt mich in den Augen meiner Mitmenschen interessant und stark wirken.

In jeder vermeintlichen Schwäche steckt eine Stärke. Wenn ich aus einem Krisengebiet komme, dann heißt das möglicherweise, ich habe schon viel erlebt und man kann sich in Krisen-Zeiten auf mich verlassen. Wenn ich keine große Firma habe, sondern Einzelkämpfer bin, dann heißt das, ich bin sehr flexibel. Wenn ich keine Mitarbeiter und schicke Büros finanzieren muss, dann weiß mein Auftraggeber, er bezahlt nur für meine Leistung. Es kommt immer darauf an, wie ich meine Geschichte erzähle.

Für Alberto gibt es nur eine einzige Sache, in der man Frauen und Kunden belügen darf: Wenn man Lob und Anerkennung gibt. Dann ist es wirklich egal, ob es zu einhundert Prozent ehrlich ist, oder ob man der Wahrheit ein wenig Würze verliehen hat.