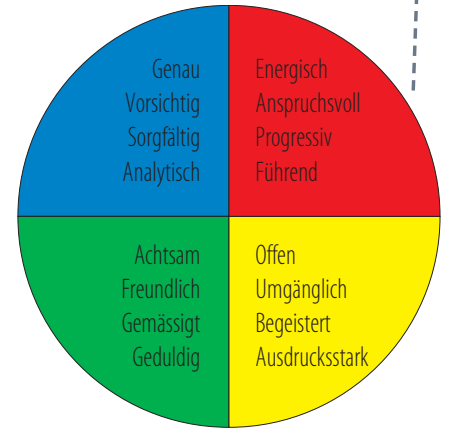


## Effiziente Verkaufsberatung

### Wer sich selber kennt, versteht seine Kunden besser



Introvertiert | Extravertiert

In unserem letzten Beitrag (s. OTC magaz'in Nr.5) haben wir gesehen, wie wichtig Lösungsvorschläge im Verkaufsgespräch sind. Wir haben auch die Bedeutung der nonverbalen Haltung näher beleuchtet. Heute erfahren Sie mehr über das Kommunikations- und Kaufverhalten Ihrer Kunden.

Wie geht denn das? Warum soll Selbst(er)kenntnis das Verständnis für die Kunden fördern? Ganz einfach: Eine bessere Selbstkenntnis hilft Ihnen, Ihre ureigenen Verhaltensweisen und Haltungen noch besser einzuordnen. Und natürlich verstehen Sie so auch besser, was Ihre Kunden brauchen. In der Praxis können Sie sich dank Ihres «Gespürs» sicher schon jetzt recht gut in Ihre Kunden einfühlen und sich anpassen.

**Passen Sie sich bewusst an Ihre Kunden und Kundinnen an. Sie gewinnen damit ihr Vertrauen und können sie noch effizienter beraten.**

Wenn Sie sich und Ihre Kunden besser verstehen, können Sie sich situationsgerechter verhalten und werden damit auch im Verkaufsgespräch effizienter. Werfen wir also einen Blick auf die verschiedenen Kundentypen. Natürlich können wir den interessanten Bereich der Charakterkunde hier nur streifen und ein paar grobe Details anschauen ...

### Grundtypologie

Die rechte Seite der Grafik steht für Extraversion, die linke für Introversion. Die vier Quadranten haben die Farben Rot, Gelb, Grün und Blau. Jeder dieser vier Teile ist in jedem Menschen vorhanden, jedoch unterschiedlich stark vertreten. Wenn Sie nun bedenken, wie die Farbintensitäten der Quadranten variieren können und welche Kombinationen damit möglich werden, erhalten Sie einen Eindruck von der Typenvielfalt Ihrer Kunden. Ausserdem ist unsere Persönlichkeit ja nicht starr, sondern sie entwickelt sich lebenslang weiter und passt sich jeweils an ihr aktuelles soziales Umfeld an. Zur Illustration:

*Herr X. kann sehr wohl in den meisten Lebensbereichen ein «Macher» sein, zum Beispiel im Job und in der Familie, doch in einzelnen Bezugsfeldern – beispielsweise beim wöchentlichen Sporttraining mit seinen Kollegen – ist er eher zurückhaltend und lässt sich lieber führen.*

### Erste konkrete Hinweise für Sie

Mit den Kunden in Ihrer Apotheke oder Drogerie führen Sie in der Regel nur kurze Gespräche, und es ist natürlich nicht ganz so einfach, in dieser kurzen Zeit die Persönlichkeit Ihres Gegenübers einzuschätzen. Dennoch gibt es Menschen, die sich mehr oder weniger leicht einem bestimmten Typ zuordnen lassen.

Diese Typen mit ausgeprägten Charaktereigenschaften erkennen Sie u.a. an folgenden Merkmalen:

#### Der «rote» Kunde

Er tritt sicher und fest auf und hält direkten Blickkontakt. Auch seine Sprache ist unumwunden, konkret und pragmatisch.

#### Der «gelbe» Kunde

Dieser Kunde geht mit einem freundlichen Lächeln und offenem Blick auf Sie zu. Er hat eine ausdrucksstarke Sprache und Körpersprache, und wenn Sie ihm Fragen stellen, merken Sie, dass er nicht unbedingt gut zuhört.

#### Der «grüne» Kunde

Dieser Kunde wirkt zunächst reserviert. Er spricht eher leise und verhalten und drängt sich nicht vor. Er stellt sich hinten an und lässt einem andern vielleicht sogar den Vorrang, wenn eigentlich er an der Reihe wäre.

#### Der «blaue» Kunde

Ein «blauer» Kunde wirkt ernst, distanziert und kühl. Er zeigt eine verhaltene Gestik und Mimik, seine Sprache ist analytisch und rational. Er hält sich eher im Hintergrund und etwas abseits von den anderen.

Je nach Persönlichkeitsanteilen manifestiert also jeder Kunde und jede Kundin auch ein anderes Kauf- und Konsumverhalten in der Apotheke bzw. Drogerie. Sie können sich an das «Temperament» Ihrer Kundinnen und Kunden anpassen und sie damit überzeugender beraten. Ein Beispiel: Eine «rote» Kundin schätzt Ihre Dynamik und Ihren Sinn für das Praktische, die «gelbe» Kundin Ihr freundliches Lächeln und Ihr strategisches Vorgehen, eine «grüne» Kundin mag Ihr Einfühlungsvermögen, und die «blaue» überzeugen Sie mit Ihrer Objektivität und Analysefähigkeit.

**Romain Ducret, Ausbilder  
und professioneller Coach**

