Material-Nr. H1800-5018

10-Minuten-Check

Setzen Sie sich in **die richtige Position**

Bereits die Sitzordnung übt eine psychologische Wirkung aus und beeinflusst die Gesprächsatmosphäre. Zudem gibt es praktische Gesichtspunkte, auf die Sie achten sollten.

- Bei Gruppengesprächen sitzt grundsätzlich die wichtigste Person am Kopfende eines rechteckigen Tisches. Wenn Sie die Verhandlung leiten oder vor einer Gruppe präsentieren, sind das Sie. Ansonsten überlassen Sie den Vorsitz der ranghöchsten Person beziehungsweise dem Entscheider.
- Bei sehr großen Tischen haben Sie zwar viel Platz, um Ihre Unterlagen ausbreiten zu können. Setzen Sie sich trotzdem nah genug, um keine unnötige Distanz zu erzeugen. Bei vier Personen empfiehlt sich, gegenüber zu sitzen; wenn Sie nur zu zweit oder dritt sind, über Eck. Blickkontakt sollten Sie mit jedem Teilnehmer halten können.
- Sitzen Sie dagegen an einem kleinen, engen Tisch, wird das Gespräch automatisch intimer. Sofern Ihnen die allzu große Nähe unangenehm ist oder Sie sich gar bedrängt fühlen, rutschen Sie mit Ihrem Stuhl etwas nach hinten.
- Das frontale Gegenübersitzen kann Stress erzeugen. Rutschen Sie in diesem Fall mit Ihrem Stuhl etwas nach links oder rechts. Das ist auch eine gute Lösung, wenn Sie ein Gespräch unter vier Augen führen.
- Der runde Tisch hebt Hierarchien auf, denn hier gibt es keinen Vorsitz. Alle Gesprächspartner sind gleichberechtigt. Aus praktischen Gründen sollten die Teilnehmer nebeneinander sitzen, die demselben Unternehmen angehören, also zum Beispiel Sie und Ihr Vertriebsleiter oder der technische Berater, der beim Gespräch mit dabei ist.
- Bei größeren Gremien ist es vorteilhaft, wenn Sie nahe bei den Personen sitzen, die Sie und Ihr Projekt unterstützen. So können Sie sich leichter durch Blickkontakt verständigen.
- Teilnehmern, zu denen Sie ein eher gespanntes Verhältnis haben, sollten Sie möglichst nicht direkt gegenübersitzen. Eine seitlich versetzte Sitzposition kann hier entschärfen.
- Findet das Gespräch im Büro des Kunden statt, ist die Über-Eck-Sitzordnung empfehlenswert. So können Sie leichter Unterlagen austauschen und müssen den Gesprächspartner nicht frontal anschauen. Bei runden Tischen können Sie ruhig etwas mehr Platz lassen, ein Stuhl sollte allerdings nicht zwischen Ihnen stehen.

Leserfrage

Vor etwa einem halben Jahr habe ich die Stelle gewechselt: Vorher war ich im Außendienst bei einem großen Pharmazieunternehmen tätig. Die Termine wurden vom Innendienst vereinbart, Kaltanrufe mussten wir nie machen. Nun bin ich bei einer Firma im Technischen Handel, in der grundsätzlich die Außendienstler ihre Termine mit Neukunden selbst vereinbaren. Der Innendienst nimmt zwar Besuchswünsche entgegen; doch gerade für das laufende und auch nächste Jahr liegt bei uns der Fokus auf der Neukundengewinnung. Deshalb meine Frage: Wie kann ich es schaffen, bei der Telefonakquise sicherer zu werden und Hemmschwellen, die leider noch immer vor der Kaltakquise bestehen, abzubauen?

(Frank-Peter G., Stuttgart)

Aus der Redaktion

Telefonakquise kostet umso weniger Überwindung, je häufiger Sie üben. Der Verkaufstrainer Martin Limbeck, einer der beiden Geschäftsführer von Sales Motion, Königstein, gibt dazu folgenden Tipp: Üben Sie jeden Tag. Ruhen Sie sich nicht aus, machen Sie gleich weiter. Je öfter Sie telefonieren, umso mehr Erfahrung sammeln Sie. Limbeck empfiehlt dazu sogar „Telefonpartys“: Sie und Ihre Kollegen setzen sich jeden Tag, am besten gemeinsam mit Ihrem Chef, zusammen und rufen der Reihe nach Neukunden an. Davon können alle Beteiligten nur lernen und werden von Mal zu Mal besser. Erstens erhält jeder fundiertes Feedback seiner Kollegen zu seinen Telefonaten und zweitens kann sich jeder von dem anderen Ideen und Inspirationen holen, um noch erfolgreicher zu akquirieren. Solche „Telefonpartys“ sollten nicht unter dem Anspruch stattfinden, perfekt zu sein, betont Limbeck: Sie sind vor allem eine Chance, gegenseitig voneinander zu lernen.

„Trainieren Sie außerdem Ihr Selbstbewusstsein“, rät Limbeck weiter: Tun Sie bei der telefonischen Neukundenakquise so, als hätten Sie bereits einen festen Termin, als sei das Interesse an einem Verkaufsabschluss nicht nur einseitig. Das ist für Sie sicherlich ungewohnt. Doch wenn Sie merken, dass dieser psychologische Trick wirkt, stärkt Sie das und garantiert Ihnen langfristig mehr Erfolg.

Haben auch Sie eine Frage?

Wenden Sie sich an die Redaktion
Außendienst Informationen, Tel.: 0 761 898-30 31,
Fax: 0 761/898-3112,
E-Mail: aussendienst-informationen@haufe-lexware.com

Impressum:
Herausgeber: Haufe-Lexware GmbH & Co. KG, Munzinger Straße 9, 79111 Freiburg; E-Mail: redaktion@aussendienst-information.de; www.haufe.de; Abonnenten-Service und Vertrieb: Haufe Service Center Freiburg, Tel. 0180 5050169*; Chefredaktion: Sandra Spier, Textbeiträge: Regina Mittenhuber; Nachdruck und Fotokopien auch auszugsweise nicht gestattet.Erscheinungsweise: vierzehntägig. ISSN 0933-8357, Druck: Druckerei Stückle. * 0,14 €/Min. aus dem dt. Festnetz, max. 0,42 €/Min. mobil. Ein Service von dtms.

© Haufe Mediengruppe / Ausgabe 21, 2010