

# Vertrieb

DAS EXPERTEN-TEAM:



Alexander Christiani

Mercuri-Chef Holger Danneberg

Prof. Dr. Peter Winkelmann

Michael Ehlers

Dirk Kreuter

Martina Schimmel-Schloo

BERATUNGSBRIEF

AUSGABE 01/2005 – DEZEMBER/JANUAR

www.Vertriebs-Experts.de

TOP-THEMA	AKTUELL	BEST PRACTICE	AKTUELL	MANAGEMENT	VERKAUF
<b>Serienstart: Accelerated Selling</b> <b>Verkaufen ist wie Lernen – beschleunigen Sie es!</b>	<b>Ausgezeichnete Vertriebs-trainings</b>	<b>Verkaufserfolg wissenschaftlich erforscht</b>	<b>AMC-Treffen: Versicherungsvertrieb vor großen Herausforderungen</b>	<b>Serie „Neukundengewinnung“ – Teil 4</b> <b>So erschließen Sie alle Neukundenpotenziale</b>	<b>Die Produkt-Präsentation – Ein Drehbuch mit fünf Phasen</b> <b>So locken Sie Interessenten aus der Reserve</b>
Seite 1, 6	Seite 2	Seite 4	Seite 3	Seite 7	Seite 14

## Sonderdruck Beratungsbrief Ausgabe Dezember 04/Januar 05

### Holen Sie sich Ihre Vertriebsexperten ins Haus

Alexander Christiani, Mercuri-Chef Holger Danneberg, Prof. Dr. Peter Winkelmann, Michael Ehlers, Dirk Kreuter und Martina Schimmel-Schloo

#### Der innovative Fachinformationsdienst:

- Beratungsbrief für neue Impulse und Tipps
- Online-Wissensdatenbank für aktuelle Recherchen und Problemlösungen

Testen Sie jetzt im 2-Monats-Abo



[www.Vertriebs-Experts.de](http://www.Vertriebs-Experts.de)

# Sieben Tipps, mit denen Sie sich Kundennamen besser merken können

**Das schönste Wort in jeder Sprache ist der eigene Name! Diese Weisheit machen sich erfolgreiche Verkäufer zu Nutze und sprechen den Kunden gezielt mit seinem Namen an. Doch wie merken Sie sich diesen auch über längere Zeit?**

Von Reinhold Vogt

## Können Sie sich in folgende Situation hineinversetzen?

Ich hatte vor etwa drei Monaten ein neues Auto gekauft. Nun, etwa drei Monate später, fahre ich erneut zum betreffenden Autohaus, um zusätzliche Felgen mit Winterreifen zu kaufen und montieren zu lassen. Ich betrete die Ausstellungshalle, in dem sich auch der Annahmeschalter für Reparaturen, Inspektionen usw. befindet. Da entdeckt mich der damalige Verkäufer. Sein Gesicht bekommt einen strahlenden Ausdruck, er kommt auf mich zu, streckt mir die Hand entgegen und begrüßt mich: „Hallo, Herr Vogt, wie geht’s? Was macht Ihr neuer Laguna?“

Ich bin verblüfft: Der Verkäufer erinnert sich noch immer an meinen Namen! Ganz offensichtlich freut er sich, mich wieder zu sehen! Meine Sympathie ihm gegenüber (und auch gegenüber dem Autohaus) springt gleich zwei Stufen höher.

Wenn Sie dieses für Ihren eigenen Verkaufserfolg nutzen möchten, hier sieben Tipps für ein besseres Namensgedächtnis:

1. Machen Sie sich bewusst, dass Ihnen die Namen bestimmter Gesprächspartner sehr wichtig sind! Diese innere Einstellung beeinflusst positiv die unbewussten Aktivitäten Ihres Gehirns; „Wichtiges“ wird entsprechend eingeordnet, „Unwichtiges“ weiterhin als unnötiger Ballast ignoriert.
2. Bemühen Sie sich darum, den Namen Ihres Gesprächspartners zunächst überhaupt richtig zu hören! Fragen Sie am besten sofort nach, ob Sie ihn richtig verstanden haben: „Habe ich richtig verstanden: Frau Kühnast?“ – Was Sie nicht richtig wahrgenommen haben, können Sie Ihrem Gedächtnis erst gar nicht zur Speicherung angeboten (und dann auch gar nicht vergessen) haben.
3. Nachdem Sie den Namen gehört haben, überlegen Sie möglichst sofort, wie Sie ihn gedanklich „bearbeiten“ können. Hierfür gibt es mehrere Möglichkeiten, z.B. fragen Sie einfach: „Kühnast? – Wie ‚kühn‘ und der ‚Ast‘?“ – Eine alternative Möglichkeit wäre es, wenn Sie sich bewusst werden, dass Ihr neuer Gesprächspartner genauso heißt wie z.B. einer Ihrer Nachbarn.
4. Verknüpfen Sie möglichst umgehend den Namen Ihres Gesprächspartners mit seinem gesamten Erscheinungsbild oder mit einem einzelnen „markanten Punkt“ seines Gesichtes oder seiner Kleidung, beispielsweise mit seinem gestreiften Hemd.  
Selbst eine Verknüpfung mit der Kleidung, die Ihr Gesprächspartner zwar heute trägt, aber wahrscheinlich nicht auch beim nächsten Zusammentreffen tragen wird, ist hilfreich. So können Sie zumindest in den ersten Augenblicken das betreffende Kleidungsdetail als Erinnerunganker nutzen!
5. Interessieren Sie sich ehrlich für Ihren Gesprächspartner!

Was ist sein Hobby? Was macht er beruflich? Was war sein Grund für den heutigen Kontakt? Zunehmend erscheint Ihnen Ihr Gesprächspartner als individuell unverwechselbar.

Wenn Sie sich einige Zeit später wieder begegnen, dann wird Ihnen wahrscheinlich nicht mehr einfallen, dass dieser Gesprächspartner ein gestreiftes Hemd trug, sondern eher, dass er eine Pudelnzucht o. Ä. betreibt. Deshalb macht es Sinn, dass Sie den äußerlichen Erinnerungsanker (gestreiftes Hemd) möglichst rasch gegen einen sehr persönlichen Erinnerungsanker (betreibt eine Pudelnzucht) austauschen.

Der Wert sowohl des äußerlichen als auch des sehr persönlichen Erinnerungsankers liegt darin, dass Sie hierdurch den Namen Ihres Gesprächspartners rekonstruieren können. Vor Jahrhunderten konnten die Menschen die Namen ihrer Gesprächspartner häufig in sinnvoller Weise rekonstruieren: Der Mann von der Kornmühle war eben der Herr Müller. Da heutzutage die Namen der Menschen in keiner Weise mehr etwas mit dem Beruf (Schmied), mit dem Erscheinungsbild (groß), mit der Herkunft (Berg) zu tun haben, können wir den Namen nur dann rekonstruieren, wenn wir ihn zuvor mit der Person in kreativer Weise – als Ersatz für Sinnbeziehungen – verknüpft haben.

6. Nutzen Sie im Gespräch mit dem neuen Bekannten möglichst häufig seinen Namen, so dass Ihnen der Klang des Namens geläufig wird – auch wenn es sich um einen vertraut klingenden deutschen Namen wie Frau Lehmann handelt.
7. Wenn es Ihnen wirklich wichtig ist, den betreffenden Gesprächspartner auch bei einer unerwarteten Begegnung mit Namen ansprechen zu können, dann simulieren Sie eine solche Situation. Hierfür bietet sich die so genannte MemoCard-Technik an: Schreiben Sie auf die Vorderseite Ihrer MemoCard ein oder zwei Stichpunkte, durch die Sie die betreffende Person identifizieren können, also beispielsweise „betreibt eine Pudelnzucht in Waldbröl“. Auf die Rückseite notieren Sie sowohl den Namen der betreffenden Person als auch ein Stichwort über die Art Ihrer kreativen Verknüpfung. Mit einer Vielzahl solcher MemoCards können Sie nun viele unerwartete Begegnungen simulieren: Sie lesen zunächst das jeweilige Stichwort, durch das Sie sich an die Person erinnern. Dann rekonstruieren Sie über den Erinnerungsanker den betreffenden Namen.

### Zum Autor: Reinhold Vogt

arbeitet seit 1982 als freiberuflicher Trainer. Seit mehreren Jahren hat er sich als Lerntechniktrainer/Gedächtnistrainer spezialisiert. Vogt bietet eine größere Palette an unterschiedlichen Lerntechnik- und Gedächtnistrainings-Workshops sowie -Impulsvorträgen an. Infos: [www.memoPower.de](http://www.memoPower.de)