

Strategien auf Verhaltenstypen ausrichten

Erkennen Sie Ihr Gegenüber

Gute Argumente allein reichen nicht aus, um Beratungsgespräche und Verhandlungen erfolgreich zu führen.

Sie müssen auch individuell passend vermittelt werden.

Wir zeigen Ihnen Strategien, wie Sie auf den Verhaltenstyp Ihres Gegenübers gezielt eingehen.

sind ihm wichtig. Er ist sensibel, aber auch unentschlossen oder gar phlegmatisch. Seine Instruktionen bewahren ihn vor Gefahren und sorgen für Stabilität, verschließen sich aber vor (notwendigen) Veränderungen. Balance-Typen finden wir besonders bei Frauen und älteren Menschen.

Strategie:

Genügend Zeit und eine Politik der kleinen Schritte. Veränderungen brauchen Zeit. Seine Kooperation ist recht leicht zu gewinnen, wenn man auf Bewährtes setzt, durch Fakten Sicherheit schafft, Strukturen vorgibt und eine persönliche Beziehung aufbaut. Erschrecken Sie ihn nicht mit Enthusiasmus und überschäumender Leidenschaft, passen Sie sich seiner ruhigen Art an.

Und solche Worte wählen Sie:

- Das amortisiert sich in genau drei Monaten.
- Wir haben das für Sie bis auf die letzte Stelle durchgerechnet. Schauen Sie ...
- Wir machen das wie immer. Nur jetzt noch präziser.
- Damit gehen Sie wirklich auf Nummer sicher.
- Diese Beratung machen wir am meisten.
- Lassen Sie uns eine Lösung finden, mit der wir beide zufrieden sind.
- Ich habe mich viele Jahre mit dem Thema beschäftigt. Schon seit 1990 ...
- Frau X aus ... habe ich auch beraten – und sie ist sehr zufrieden.
- Bitte fragen Sie. Ich nehme mir gerne Zeit für ein ausführliches Gespräch.
- Folgende Details sind wichtig ...
- Hier habe ich Ihnen eine Studie zum Thema mitgebracht.

Balance-Typ

Die Menschen sind alle verschieden. Jeder denkt, fühlt und handelt anders als andere. Und keiner ist wie Sie. Wir alle neigen ja gerne dazu, zu glauben, andere sähen die Welt ein wenig wie wir, und sind immer wieder erstaunt, wie jemand eine so völlig andere Sicht der Dinge haben kann. Doch so wie jedes Gesicht und jeder Körper unterschiedlich aussieht, so ist auch das Gehirn bei jedem Individuum anders gebaut. Die Menschen zu typisieren, sie also in Kategorien einzuteilen, ist so alt wie die Menschheit selbst. Wir kennen die zwölf Tierkreiszeichen, das chinesische Jahreshoroskop, das keltische Baumhoroskop. Hinter all diesen Ansätzen steckt der Wunsch, die Menschen schneller zu verstehen, um gute, richtige, lebenswichtige Entscheidungen treffen zu können.

Der Psychologe Hans-Georg Häusel unterscheidet in der Psychologie des menschlichen Verhaltens drei Typen oder Verhaltensmuster, die er als Instruktionen bezeichnet. Diese lassen sich in Kurzform folgendermaßen skizzieren:

Der Balance-Typ

Seine Instruktion sagt:

- Vermeide jede Gefahr!
- Vermeide jede Veränderung, baue Gewohnheiten auf!
- Vermeide jede Störung und Unsicherheit!
- Strebe nach innerer und äußerer Stabilität!
- Vergeude nicht nutzlos Energie!

Der Balance-Typ ist höflich, freundlich, zurückhaltend, konservativ und eher misstrauisch. Er neigt zur Vorsicht und hat Angst vor Entscheidungen. „Nur keine Experimente“ ist sein Motto. Routinen geben ihm Sicherheit. Er spricht in der Man- oder Wir-Form. Die soziale Eingebundenheit in eine Gruppe, sein Team, seine Familie und Freunde



Dominanz-Typ

Der Dominanz-Typ

Seine Instruktion sagt:

- Strebe nach oben und setze dich durch!
- Vergrößere deine Macht!
- Verdränge deine Konkurrenten!
- Erhalte deine Autonomie!
- Sei aktiv! Und besser als andere!

Den Dominanz-Typ erkennt man an seinem „Auftritt“, er ist nicht zu übersehen. Er ist ein Macher mit hoher Durchsetzungskraft und sehr leistungsbetont. Er spricht in der Ich-Form, effekthaschend und gestikulierend. Er sucht öffentliches Ansehen, Macht und Prestige. Er liebt Statussymbole. Er wirkt arrogant, oft aggressiv und sehr selbstsicher. Er will beherrschen und kontrollieren. Seine emotionale Kompetenz ist gering. Er hat nur ein Ziel: nach oben! Seine Instruktionen sorgen für Entscheidungsfreude, für Fortschritt, aber auch für Konflikte. Bei vielen Führungskräften ist die Dominanz-Instruktion sehr ausgeprägt. Dominanz-Typen brauchen Leute unter sich.

Strategie:

Lassen Sie ihm seinen Status, Ohnmacht im wahrsten Sinne des Wortes macht diesen Typ krank. Er braucht Selbstbestimmung. Zeigen Sie starkes Interesse an seinen Belangen, anerkennen Sie seine Wichtigkeit, pflegen Sie seine Eitelkeit. Er wünscht sich eine bevorzugte Behandlung. Geben Sie ihm das Gefühl, etwas Besonderes, etwas Besseres zu sein.

Und solche Worte wählen Sie:

- Das verschafft Ihnen einen uneinholbaren Vorsprung.
- Ich kann Ihnen dafür ein Exklusivrecht einräumen.
- Das ist mit Abstand die leistungsfähigste Maschine, die es am Markt gibt.
- Im Sinne einer erstklassigen Lösung schlage ich Ihnen vor ...



Stimulanz-Typ

- Folgende entscheidende Vorteile haben Sie, wenn Sie ...
- Sie haben drei Optionen: ...
- Eine beeindruckende Idee ...
- Eine Gewinnerstrategie ...
- Ihre Idee gefällt mir am besten.
- Um Ihnen hier entgegenzukommen ...

Der Stimulanz-Typ

Seine Instruktion sagt:

- Suche nach neuen, unbekanntem Reizen!
- Vermeide Langeweile! Suche nach Abwechslung!
- Entdecke und erforsche deine Umwelt!
- Sei anders als die anderen!
- Genieße das Leben!

Dieser Typ ist offen, unkompliziert, konstruktiv und tolerant. Seine Vitalität, sein Optimismus, seine Neugierde und sein Freiheitsdrang sind offensichtlich. In ihm steckt ein Turbo. Obwohl er eine eigene Meinung hat und diese auch vertritt, ist er Neuem gegenüber aufgeschlossen und experimentierfreudig. Er ist verantwortungsbereit und kooperativ. Seine Instruktionen sorgen für Pioniergeist, Kreativität und Spaß, aber auch für Unzuverlässigkeit, Risiko und Chaos.

Strategie:

Die Kooperations- und leider auch die Wechselbereitschaft des Stimulanz-Typen sind groß. Fragen Sie ihn daher nach seinen Ideen, informieren Sie ausführlich. Ferner: Vor- und Nachteile deutlich machen, Wahlmöglichkeiten aufzeigen, neue oder alternative Methoden ansprechen, seinen Spieltrieb anregen. Agieren Sie lebendig und interessiert, dialogisieren Sie, erzählen Sie Geschichten. Und: Bitten Sie ihn um seine Vorschläge, er ist gerne ein kostenloser Unternehmensberater.

Und solche Worte wählen Sie:

- Sie sind der Erste, dem ich das anbiete.
- Das bietet völlig neue, ungeahnte Möglichkeiten.
- Das sind geniale Vorteile für Sie und Ihre Mannschaft.
- Von diesem Ergebnis profitieren beide Seiten.
- Toll, was Sie erreicht haben, ich bin ganz begeistert.
- Das hört sich wahnsinnig interessant an.
- Ihre Idee finde ich sehr spannend. Lassen Sie uns doch gleich überlegen, wie wir das konkret umsetzen können.

Die Menschen sind nun ein Mix aus allen drei Typen, wobei in der Regel eines dieser drei Verhaltensmuster vorherrschend ist. Haben Sie schon einige Ihrer Kunden erkannt? Wenn ja, dann überlegen Sie doch mal, mit welchen Worten Sie dem jeweiligen Typ Ihre Beratungsleistung verkaufen würden.



INFO

Das Buch „Erfolgreich verhandeln – erfolgreich verkaufen“ zeigt, wie Sie Menschen und Märkte gewinnen. Buchautorin Anne M. Schüller verknüpft die argumentativ-sachliche und die bildhaft-emotionale Seite des Verkaufens. Der Leitfaden gibt Anregungen, Checklisten und Tipps. Das Buch (82 Seiten) ist für 21,80 € beim Business Village Verlag erhältlich, ISBN 3-938358-10-6.

