



ERLEICHTERN SIE IHREN KUNDEN DIE ENTSCHEIDUNG

MENSCHEN, DIE **UNTERZUCKERT** SIND, ENTSCHEIDEN NICHT!

Sie kennen die Situation: Kunden lassen sich drei Stunden lang eine Küche planen. Wenn es dann an den Abschluss geht, sacken sie sichtlich in sich zusammen und behaupten, sie müssten dringend darüber schlafen. Und das, obwohl es noch nicht mal Mittag ist!

Wie kommt das?

Entscheidungen treffen, strengt an.

Der geniale Psychologe Roy Baumeister hat in seinem Buch „*Die Macht der Disziplin*“ viele Studien zusammengetragen, die dies belegen. Sie können sich den normalen Beratungsprozess, in dessen Verlauf ein Kunde zwischen *20 Entscheidungen* für die Auswahl einer Garnitur und über *60 Entscheidungen* für eine Küche treffen muss, wie einen Marathonlauf für einen untrainierten Menschen vorstellen.

„Helfen Sie Ihrem Kunden sich zu entscheiden und geben Sie ihm Zucker!“

Thomas Witt



Bild: Joanna Kosinska • www.unsplash.com



ERLEICHTERN SIE IHREN KUNDEN DIE ENTSCHEIDUNG

Der Entscheidungsmuskel ist bei den meisten Menschen völlig verkümmert.

Und Entscheidungen, bei denen es um ein Vielfaches des verfügbaren Familieneinkommens geht, strengen besonders an! Besonders schwer tun sich nach meiner Erfahrung dabei Berufsgruppen, die sich für Ihre Arbeit vorwiegend an Regeln halten müssen und daher weniger entscheiden (z. B. Lehrer oder Beamte).

Ist der Mensch erst einmal mental erschöpft, schaltet er in den Sicherheitsmodus: Er entscheidet sich erst einmal, nichts mehr zu entscheiden! Und voilà: Hier haben wir den Kunden, der obwohl alles geklärt ist, dringend das Haus verlassen will.

Entscheiden verbraucht auch eine Menge Glykogen, auch Blutzucker genannt. Wenn der Blutzuckerspiegel niedrig ist, fehlt uns für die harte mentale Arbeit des Entscheidens einfach der Treibstoff. Wir weigern uns, klugerweise, nicht umkehrbare Verpflichtungen einzugehen. Das ist nicht nur beim Verkaufen ein Problem.

Eine Studie analysierte nachträglich über 1.000 reale Gerichtsentscheidungen in Israel, in denen es um Anträge auf vorzeitige Entlassung auf Bewährung ging (*“Extra-neous factors in judicial decisions, Danziger et. al”*).

Die Abbildung zeigt die Wahrscheinlichkeit, mit dem Bewährungsantrag durchzukommen (von morgens bis zum Feierabend des urteilenden Richters):



Die Grafik zeigt, dass die Wahrscheinlichkeit auf Bewährung freizukommen, stark davon abhängig ist, wann der Fall gehört wird. Sind Sie der erste Knasti am Morgen, haben Sie eine 65%ige Chance freizukommen. Mit jedem weiteren Antragsteller fällt die Wahrscheinlichkeit bis auf Null vor der Frühstückspause gegen 11:00 Uhr. Nachdem die Richter einen kleinen Snack zu sich genommen haben, entscheiden Sie urplötzlich wieder fast 70% aller Bewährungsanträge positiv. Die armen Antragsteller kurz vor der Mittagspause müssen mit 90%iger Wahr-

rscheinlichkeit zurück in den Knast. Der erste nach der Mittagspause hat wieder gute Chancen, aber danach geht es rapide bergab und die letzten zwei Stunden vor Feierabend können Sie eigentlich gleich in ihrer Zelle bleiben!

Die Richter sind hier natürlich nicht absichtlich „böse“. Es zeigt sich einfach nur die menschliche Tendenz, wenn man einmal erschöpft ist, einfach nichts zu entscheiden und den Status-Quo beizubehalten.

ERLEICHTERN SIE IHREN KUNDEN DIE ENTSCHEIDUNG

Was bedeutet das für den Möbelhandel?

Die meisten Beratungen, vor allem bei Küchen, finden am späten Nachmittag statt, oft nachdem der Kunde den ganzen Tag über gearbeitet hat und dann direkt ins Möbelhaus gefahren ist. Dort muss er endlos Detailentscheidungen treffen, die seinen Entscheidungsmuskel ermüden lassen. Wenn Sie sich die Grafik der vorherigen Seite anschauen, ist das fatal!

3 TIPPS, DIE IHNEN DABEI HELFEN WERDEN, DASS DER BLUTZUCKERSPIEGEL IHRES KUNDEN STABIL IST UND ES AUCH BLEIBT.

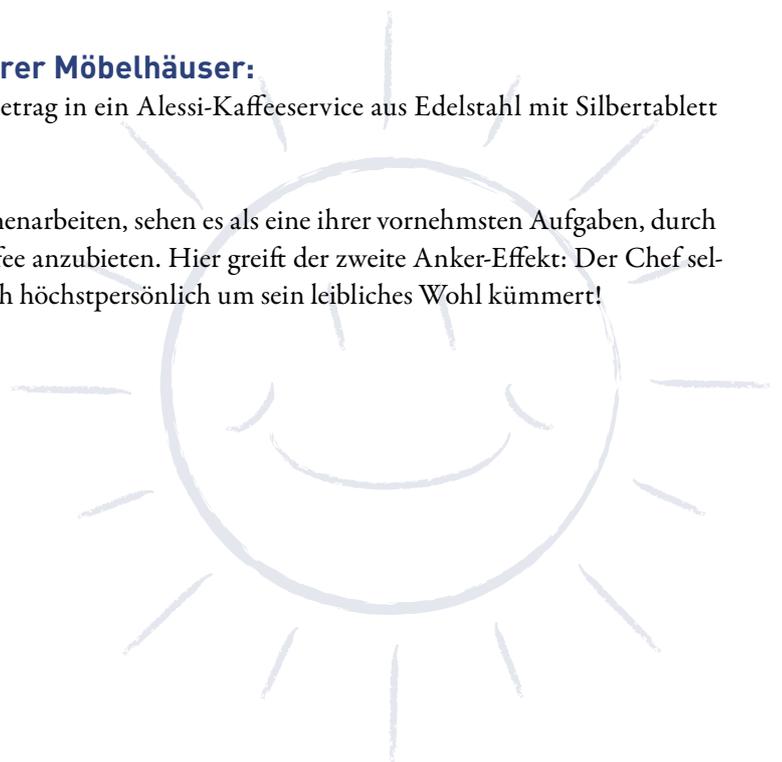
Und die durch Ihre Beachtung für einen **Abschluss** sorgen!

1. **Süßes statt Saures!**
Sorgen Sie dafür, dass Ihr Kunde für die Entscheidung mit ausreichend Blutzucker gewappnet ist.
2. **Eine Stärkungspause vor dem Abschluss!**
Machen Sie nach der Präsentation eine Pause, reden Sie erst einmal über Gott und die Welt. Lassen Sie die Kunden danach kurz alleine und reichen Sie einen süßen Snack sowie Kaffee.
3. **Setzen Sie unbewusste Preisanker!**
Nutzen Sie den Anker-Effekt bit.ly/Preisanker und sorgen Sie dafür, dass der Kaffee edel ist (die beste Investition, die Sie für Ihren Verkauf tätigen können, ist eine Show-Küche mit einer edel gestylten, hintergrundbeleuchteten Segafredo-Bar) und das Gebäck sollte mindestens von Bahlsen sein. Auch frisch gebackene Waffeln sind für den Küchenverkauf ein Hit!

Kurzer Einblick hinter die Kulissen anderer Möbelhäuser:

Ein Kunde von uns hat einen hohen zweistelligen Betrag in ein Alessi-Kaffeesservice aus Edelstahl mit Silbertablett investiert und schwört auf den Effekt beim Kunden!

Zwei Inhaber-Brüder, die seit Jahren mit uns zusammenarbeiten, sehen es als eine ihrer vornehmsten Aufgaben, durch die Ausstellung zu laufen und in jeder Beratung Kaffee anzubieten. Hier greift der zweite Anker-Effekt: Der Chef selber sieht den Kunden als wichtig genug an, dass er sich höchstpersönlich um sein leibliches Wohl kümmert!



HIER STEHT DIESELBE HEADLINE IN MAXIMAL ZWEI ZEILEN.

Das sind keine billigen Tricks. Sondern Sie versetzen den Kunden einfach in die Lage, eine Entscheidung zu treffen.

Dies ist zum Wohle Ihres Kunden wie natürlich auch Ihres Möbelhauses. Niemand fährt gerne nach Feierabend von Möbelhaus zu Möbelhaus und lässt sich dort von den Verkäufern totlabern!

Also nutzen Sie die Erkenntnisse, die Sie nach dem Lesen dieses Website-Blog-Artikels für sich herausgezogen haben und gestalten Sie das Verkaufsgespräch zukünftig für beide Seiten zuckersüß!

Finden Sie heraus, wo Ihr Verkaufsprozess Lücken hat. Mit unserer *kostenlosen* Checkliste stellen Sie sicher, dass Sie Ihren Verkauf *optimal* steuern:

CHECKLISTE

Die Selbsteinschätzungs-
Checkliste für
Verkaufssteuerer



Jetzt anfordern!

bit.ly/Checkliste-Verkaufssteuerer

Dieser Artikel ist Bestandteil von „Die Verkaufsmaschine“ www.thomaswittconsulting.de/verkaufssteuerer – dem Blog von Thomas Witt Consulting. Kostenfreie Tipps und Verkaufswerkzeuge für den Möbelhandel – Nur für ehrgeizige und motivierte Möbelverkäufer und deren Führungskräfte.



Meine Leidenschaft ist, menschliches Verhalten zu verstehen und zu beeinflussen, um positive Entwicklungen zu bewirken. „Man kann Menschen nur bewegen, wenn man sie versteht“, ist mein Motto.

Und wie wir alle wissen, gibt es viel zu tun. **Sprechen Sie mich an!**



THOMAS WITT
CONSULTING GmbH

Thomas Witt Consulting GmbH

Hanauer Straße 10 · 61118 Bad Vilbel · Telefon: 06101 / 995 31 44
witt@thomaswittconsulting.de · www.thomaswittconsulting.de