

STORYTELLING

MIT GESCHICHTEN VIEL
EMOTIONALER VERKAUFEN

Warum Geschichten?
Welche Geschichten?
Wie geht Geschichten erzählen?
Wie fürs Verkaufsgespräch nutzen?



A close-up photograph of two young women with blonde hair. The woman on the right is smiling broadly, showing her teeth, and looking towards the camera. The woman on the left is partially visible, with her hand near her face as if she is part of a conversation or a secret being shared. The background is softly blurred.

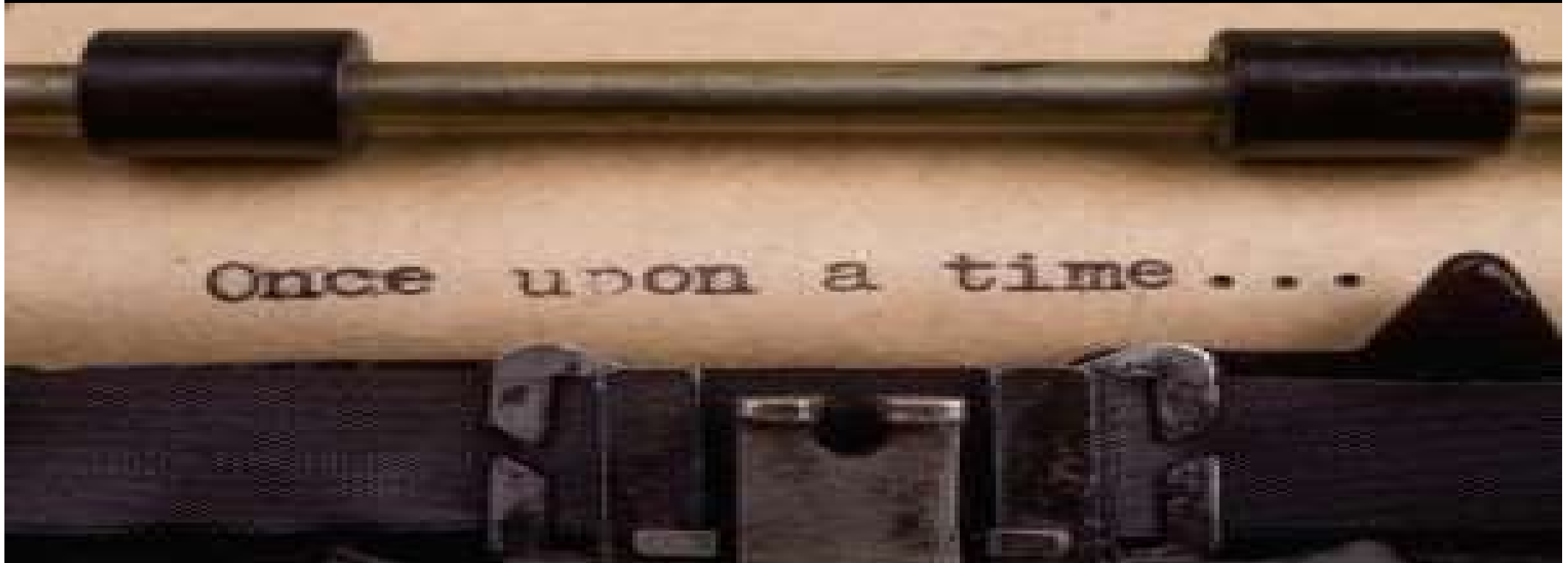
Das Gehirn liebt
Geschichten –
Kunden lieben **Storys**

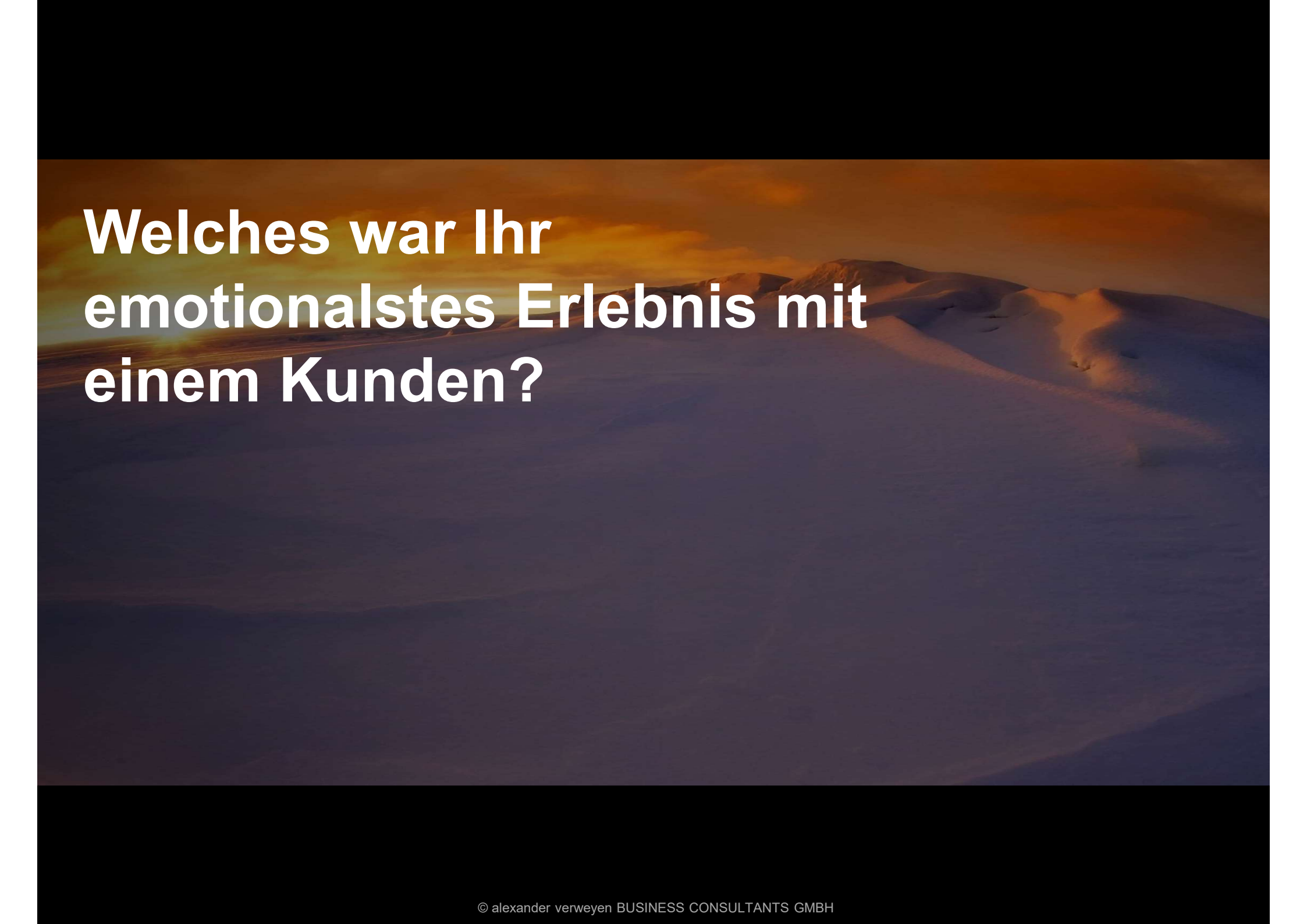
GESCHICHTEN...

- **aktivieren viel mehr Regionen im Gehirn als eine einfache Informationen,**
- **verleihen einem Sachverhalt Bedeutung und Sinn,**
- **binden den Zuhörer ein und lassen ihn mitdenken und mitfühlen,**
- **stellen eine persönliche Verbindung her,**
- **wecken Emotionen und gehen ins Unterbewusstsein,**
- **Unterhalten und bleiben länger/einfacher im Gedächtnis,**
- **wirken nach, können Zuhörer zu etwas motivieren und**
- **werden eher weitererzählt oder geteilt.**



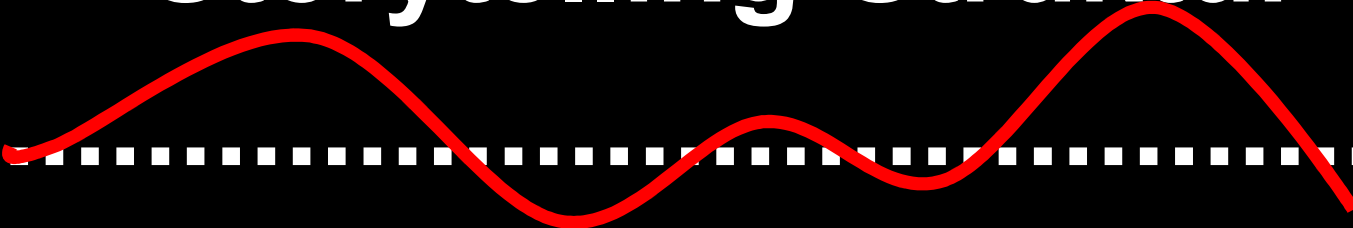
**Welche Geschichte haben Sie
(im Business) gehört
und waren davon begeistert?**

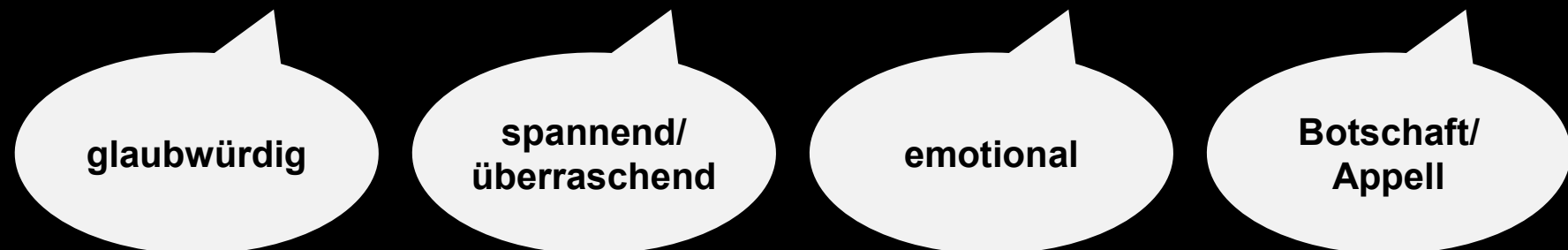
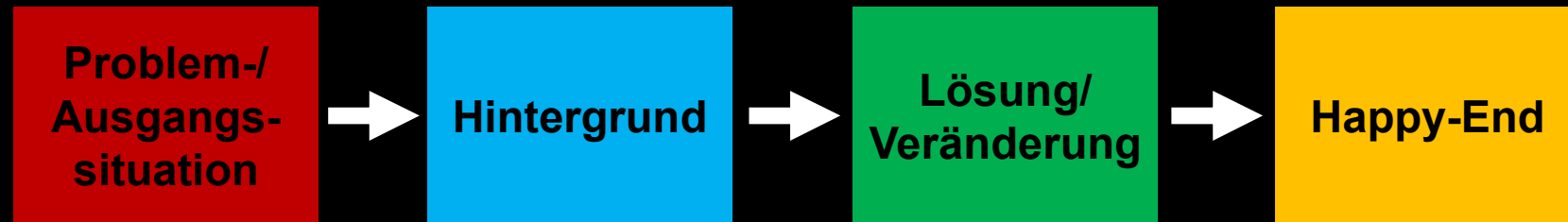




**Welches war Ihr
emotionalstes Erlebnis mit
einem Kunden?**

Storytelling-Struktur

Start  Ende

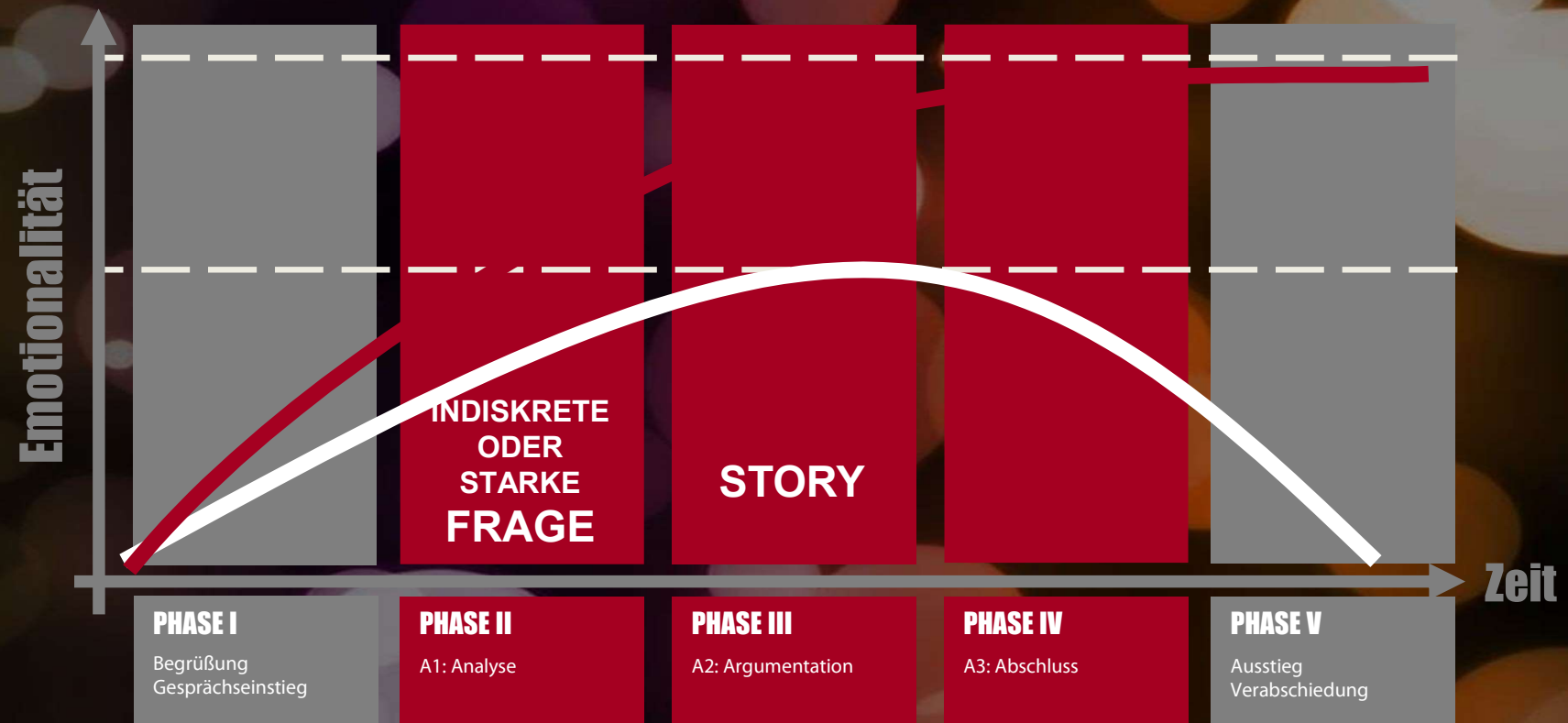


Entertain

vs

Sell

Gesprächsverlauf



Welche Bedenken haben Sie?

Welche Fragen stellen Sie sich?

Was ist Ihnen besonders wichtig?

Wen wollen Sie in Ihre Entscheidungen involvieren?

Welche Bedenken haben Sie?

Worin sehen Sie die größte Herausforderung?

Womit möchten Sie nicht konfrontiert werden?

Was darf auf keinen Fall eintreten?

Was fürchten Sie am meisten?

Woran wollen Erfolg messen?

Woran glauben Sie?

Was schätzen Sie an einer Zusammenarbeit besonders?

Welche Konsequenzen hat...?

Wie haben sie das bisher gemacht?

Wie sehen Sie die Zukunft?

Welche Erwartungen haben Sie?

Worauf kommt es Ihnen ganz bestimmt nicht an?

Wie definieren Sie Erfolg?

Welches sind Ihre wichtigsten Zukunftsthemen?

Worin sehen Sie den Wert einer Zusammenarbeit?

Welche Chancen sehen Sie?

Wovon möchten Sie Ihre Zusammenarbeit abhängig machen?



1. Versteh die **Sicht** deiner **Kunden**

Frag dich immer wieder: Warum kaufen deine Kunden bei dir oder warum nicht?

2. **Beginne** mit einer **Geschichte**

Beginne nicht damit, welche Produkte du anbietest, sondern mit einer Geschichte.



3. Mach deine **Kunden zu Helden**

In deiner Geschichte spielst nicht du die Hauptrolle(!), sondern deine Kunden. Zeig, wie er/sie (durch dein Angebot) zum Helden werden kann.

4. Zeige eine **Vision**

Durch eine einfache Entscheidung verändert sich die Welt des Kunden. Zeichne ein starkes Bild davon, wie die verbesserte Zukunft deines Kunden aussehen könnte.

5. Was verkaufst du **wirklich?**

Verkaufst du Fotografien oder Erinnerungen? Lippenstift oder das Gefühl, begehrenswert zu sein? Ein Motorrad oder Freiheit? Analysiere sehr genau, was sich deine Kunden vom Kauf versprechen – und zeige dies in deiner Story.

6. Untermauer das **Selbstbild** deines Kunden

Jeder hat ein Bild von sich selbst, das er bestätigen möchte. Hilf deinen Kunden, es auszudrücken und zu bestätigen. Reflektiere seine Sicht. Ist er ein freiheitsliebender Mensch oder ein Familienheld? Traditionell oder verspielt?

The background of the slide features a close-up photograph of several hands of different skin tones clasped together in a supportive grip. The hands are positioned in the center and right side of the frame, with fingers interlaced. The lighting is soft, and the colors are muted, creating a warm and empathetic atmosphere. The text is overlaid on this image.

7. Lass deine Kunden nicht denken, sondern fühlen

Es reicht nicht aus, deine Kunden mit rationalen Gründen zu überhäufen. Lass ihn fühlen, um ihn zu einer Handlung zu bewegen. Welche Gefühle sollen sie mit deinen Produkten in Verbindung bringen? Wie kannst du das darstellen?

8. Gib deinen Kunden etwas, woran sie **glauben können**

Deine Kunden kaufen von dir, weil sie dich mögen. Weil sie dir vertrauen und an dich glauben. Zeig ihnen, wofür du stehst und lade sie ein, ein Teil davon zu sein.

9. **Konsistenz**

Zeig in allen Gesprächen, wofür du einsteht. Was dich besonders macht. Und wechsle nicht zwischendrin die Werte, wofür du einsteht. Deine Kunden müssen immer wissen, woran sie bei dir sind. So baust du Vertrauen auf.

10. Sei **verspielt**

Spaß und Leichtigkeit ist erlaubt! Zeige Humor und Lebensfreude, spiele mit Klischees, Bilder und Fantasie. Das werden deine Kunden deutlich spüren und in Verbindung mit dir bringen. Außerdem macht Arbeit so viel mehr Spaß!

ZUSAMMENFASSUNG

Storytelling für Verkaufsgespräche:

1. Versteh die Sicht deiner Kunden
2. Beginne mit einer Geschichte
3. Mach deinen Kunden zum Helden
4. Zeige eine Vision
5. Was verkaufst du wirklich?
6. Untermauer das Selbstbild deines Kunden
7. Lass deine Kunden nicht denken, sondern fühlen
8. Gib deinen Kunden etwas, woran sie glauben können
9. Konsistenz
10. Sei verspielt

Wie fangen coole Geschichten an?

1. Ein Kunde hat mich vor Kurzem angerufen...
2. Als ich zum ersten Mal davon gehört habe...
3. Ich habe neulich ein Gespräch unfreiwillig im Zug verfolgt...
4. Ich möchte Ihnen eine Geschichte erzählen...
5. Einer meiner kritischsten Kunden kam zu mir...
6. Das ist nichts für mich, meinte einer meiner besten Kunden...
7. Wovor ich meine Kunden unbedingt schützen möchte...
8. Letzte Woche habe ich ein interessantes Gespräch geführt...
9. Was mir auf keinen Fall nochmal passieren darf...
10. Vielleicht haben Sie sich das auch schon mal gefragt...?
11. Wissen Sie, was mir neulich ein Kunde gesagt hat?

Wie an Geschichten kommen?

1. **Wo oder bei wem haben Sie mit Ihrer Idee ein echtes Problem gelöst oder Mehrwert gestiftet?**
2. **Wer hat sich tausendmal bei Ihnen bedankt?**
3. **Welche Geschichte haben Sie selbst gehört und begeistert?**
4. **Was haben Sie selbst als Kunde erlebt? (Hotel, Händler, etc)**
5. **Inspiriert Sie Ihre Kundenliste?**

Tricks erfolgreicher Storyteller

1. **Welt mit Storyteller-Augen sehen**
2. **Schätze angesammelt?**
3. **Beste Geschichten schreibt das Leben**
4. **Hören Sie unbedingt zu**
5. **Anekdoten/Begebenheiten sammeln**
6. **Modelle, Figuren adaptieren**
7. **Neu Kombinieren und zu Geschichten formen**
8. **An Emotionen feilen, Kunden müssen sich angesprochen fühlen**
9. **Vertrauten Geschichten erzählen und Feedback**
10. **Stets Geschichte einsetzen – sie wird immer besser!**

Sehen Sie hier unsere letzten Newsletter-Stories:



Newsletter

Schiff voraus!

27. Februar 2017

[Weiterlesen →](#)



Newsletter

Rosarote Sägespäne?

19. Januar 2017

[Weiterlesen →](#)



Newsletter

Die heiligen drei Königinnen

20. Dezember 2016

[Weiterlesen →](#)



Newsletter

Heben Sie den Schrank!

16. November 2016

[Weiterlesen →](#)



Newsletter

Der Reißverschluss

25. September 2016

[Weiterlesen →](#)



Newsletter

Zufriedenheit für alle

25. August 2016

[Weiterlesen →](#)



Newsletter

Das hätte auch gut gehen können...

25. Juli 2016

[Weiterlesen →](#)



Newsletter

Wasser, Datteln und Orangen?

25. Mai 2016

[Weiterlesen →](#)

www.avbc.de

**NO STORY-
NO BUSINESS**

Vielen Dank!

alexander verweyen®
BUSINESS CONSULTANTS GmbH
Perchtinger Straße 6
D - 81379 München
Telefon: +49 (0) 89/550 57 66-00
Fax: +49 (0) 89/550 57 66-29
E: info@avbc.de
www.alexanderverweyen.com