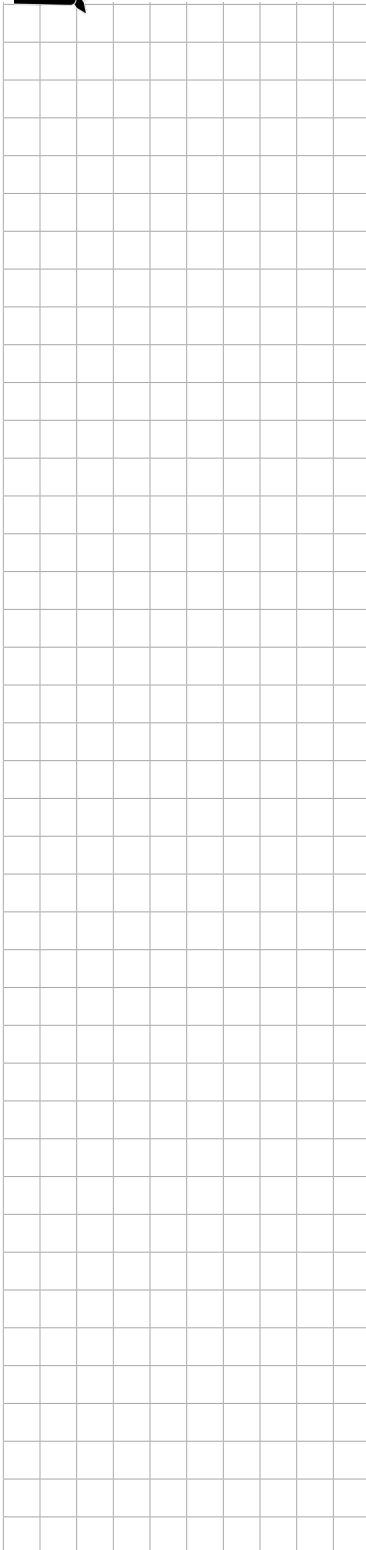




## ZEITREISE-TECHNIK

### Abschlussimpuls mit Vorannahme

Mit der Zeitreis-Technik machst du mit deinem Kunden eine gedankliche Probefahrt, in eine Zukunft, in der er mit deinem Produkt genau die richtige Entscheidung getroffen hat. Das Sprachmuster funktioniert mit dem rhetorischen Stilmittel der Repetitio und einer geschickten Vorannahme.



Eine gute Entscheidung will überlegt sein. Deswegen ist es völlig normal, wenn dein Kunde vor der Kaufentscheidung noch zögert. Du kannst deine Kunden zwar nicht zwingen abzuschließen, aber du kannst ihn Abschlussimpulse geben. Je treffsicherer du bei deinen Impulsen bist, desto eher wirkt sich deine Abschlusstechnik positiv auf die Kaufentscheidung des Kunden aus. Ich will dir mit der Zeitreiseteknik jetzt eine Verkaufstechnik vorstellen, die du auf das Denken deiner Kunden maßschneidern kannst.

#### Die Zeitreiseteknik ist eine kreative Verkaufstechnik

Wie der Name schon vermuten lässt, ist die Zeitreiseteknik eine wirklich kreative Verkaufstechnik. Der ein oder andere denkt dabei vielleicht sofort an Marty McFly aus dem Film "Zurück in die Zukunft".

Mich erinnert das Stichwort Zeitreise immer an einen Aushang, den ich einmal an einem schwarzen Brett gelesen habe: "Das Seminar - Zeitreisen für Fortgeschrittene - findet am vergangenen Mittwoch statt."

Bei der Zeitreise, die dir beim Verkaufen hilft, geht es allerdings nicht in die Vergangenheit, sondern in die Zukunft. Und um ganz genau zu sein: in eine Zukunft, in der dein Kunde dein Produkt oder deine Dienstleistung bereits mit Erfolg eingesetzt hat.

*Du machst mit deinem Kunden also eine gedankliche Probefahrt in die Zukunft. Wobei er bei dieser Probefahrt feststellt, dass er genau die richtige Entscheidung getroffen hat.*

Wie hört sich das ganze jetzt mit dem rhetorischen Sprachmuster der Zukunftstechnik an?

#### „Zeitreise-Technik“-Sprachmuster

Das Sprachmuster der Zeitreiseteknik besteht insgesamt aus zwei Teilen. Sie lauten:

 *spätestens wenn... (Annahme) Spätestens dann... (Schlussfolgerung).*

Rhetorisch gesehen handelt es sich bei diesem Sprachmuster um das Stilmittel der Wiederholung. Die Wiederholung, auch Repetitio, ist ein Stilmittel, welches sich in sämtlichen literarischen Gattungen finden lässt. Als Wiederholung wird das mehrmalige Benennen des gleichen Wortes oder einer Folge von Wörtern bezeichnet. Das Großartige an der Repetitio ist, dass sie eine verstärkende Wirkung auf den Kunden hat. Du nutzt als Wiederholung in der Zeitreise-Technik das Wort „Spätestens“.



### Beispiel zur Zeitreise-Technik

Lass uns dieser Verkaufstechnik einmal anhand eines Beispiels Leben einhauchen. Lass uns einmal wieder mit meiner Dienstleistung anfangen. Nehmen wir einmal den Premium Downloadbereich für diesen Podcast, indem du alle Verkaufstechniken als PDF Skripte, Checklisten und MP3 Dateien downloaden kannst. Stell dir vor, es würde wirklich jemand zögern das Produkt zu kaufen, dann würde sich die Zeitreise-Technik dazu folgendermaßen anhören:



*„Spätestens wenn du das erste Mal mit dem ReflexRhetorik-Werkzeugkoffer ein schwieriges Verkaufsgespräch abschließt, oder einen lukrativen Neukunden gewinnst, und das Ganze auch noch spielerisch einfach funktioniert hat, spätestens dann wirst du sagen: es war genau die richtige Entscheidung.“*

### Analyse des Beispiels

Hört sich doch schon mal gut an.

Zu Beginn habe ich eine positive Annahme über ein zu erzielendes Ergebnis mit den Worten „Spätestens wenn“ eingeleitet: „Spätestens wenn du das erste Mal mit dem ReflexRhetorik-Werkzeugkoffer ein schwieriges Verkaufsgespräch abschließt, oder einen lukrativen Neukunden gewinnst, und das Ganze auch noch spielerisch einfach funktioniert hat,...“

Im zweiten Teil habe ich dann die Schlussfolgerung aus der positiven Annahme gezogen. Dabei habe ich mit der Repetitio „spätestens dann“ gearbeitet: ...spätestens dann wirst du sagen: es war genau die richtige Entscheidung.

Natürlich kannst du die Schlußfolgerung so formulieren wie es dir am besten gefällt. Ich hätte auch sagen können:



*...spätestens dann wirst du sagen: Ich hätte viel früher in meine Verkaufsrhetorik investieren sollen.*

*...spätestens dann wirst du sagen: Ich will nicht wissen wie viel Geld ich verschenkt habe, nur weil mir die richtigen Werkzeug gefehlt haben.*

*...spätestens dann wirst du sagen: Wieso habe ich das nicht viel früher gemacht.*



*Das spannende an dieser Verkaufstechnik ist, dass sie suggeriert, dass ich auf jeden Fall zu einem positiven Schluss komme.*



Ich werde also in jedem Fall sagen: "Wieso habe ich das nicht viel früher gemacht?" Aber allerspätstens wenn ich ein schwieriges Verkaufsgespräch mit den Werkzeugen der ReflexRhetorik abgeschlossen habe, komme ich zu diesem Schuß. Wie immer gilt: kleiner Satz, große Wirkung!

#### Beispiel Versicherungen



*„Spätestens wenn Sie auf Ihrem nächsten Lohnzettel sehen, dass Sie für 200 Euro Sparanteil selber nur 120,-€ investiert haben und sich überlegen, wie viel Geld Sie dadurch gespart haben, spätestens dann werden Sie sagen: Es ist gut, einen cleveren Weg zum Vermögensaufbau gefunden zu haben, und nicht wie alle anderen aus dem Netto zu sparen.“*

#### Beispiel Stoffwechselkur



*„Spätestens wenn du nach den ersten 4 Wochen 6 kg abgenommen hast und dich gleichzeitig viel energievoller und vitaler fühlst, spätestens dann wirst du sagen: Es war genau der richtige Schritt, und ich hätte es eigentlich schon viel früher machen sollen.“*

#### Die Wirkung mit Körpersprache verstärken

Die Wirkung kannst du noch verstärken, wenn du dabei nicht guckst wie ein Stahlträger, sondern empathisch und wissend mit dem Kopf nickst.

Probiere es mal aus. Im Trockentraining fühlt sich das Rumnicken ein wenig unnatürlich an, aber spätestens wenn du im Verkaufsgespräch feststellst, dass du mit einem kleinen Nicken an der richtigen Stelle die Entscheidung des Kunden positiv beeinflussen kannst, spätestens dann wirst du sagen: das ist ja phänomenal was man mit Körpersprache alle machen kann.

#### Achte auf Kaufsignale

Nachdem du die Zeitreise-Technik eingesetzt hast ist es besonders wichtig, dass du auf mögliche Kaufsignale achtest, die dir der Kunde sendet. Bei verbalen und non-verbalen Kaufsignalen kannst du sofort den Sack zumachen. Ich habe eine komplette Folge über Kaufsignale gemacht. Zu dieser Folge gibt's im Premium-Downloadbereich auch eine Checkliste mit allen Kaufsignalen zum Download.