



Heidi Pütz

Die Expertin für Flirt-Marketing

Wer
verticken will,
muss freundlich sein

Wie Sie Kunden angraben,
abschleppen und süchtig machen

BOOKS 4 SUCCESS

Heidi Pütz

Die Expertin für Flirt-Marketing

Wer
verticken will,
muss **freundlich** sein

Wie Sie Kunden angraben,
abschleppen und süchtig machen

© Copyright 2011:
Börsenmedien AG, Kulmbach

Gestaltung und Satz: Johanna Wack, Börsenmedien AG
Lektorat: Hildegard Brendel
Druck: Freiburger Graphische Betriebe GmbH & Co. KG

ISBN 978-3-941493-87-2

Alle Rechte der Verbreitung, auch die des auszugsweisen Nachdrucks,
der fotomechanischen Wiedergabe und der Verwertung durch Datenbanken
oder ähnliche Einrichtungen vorbehalten.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten
sind im Internet über <<http://dnb.d-nb.de>> abrufbar.

BÖRSEN  MEDIEN
AKTIENGESELLSCHAFT

Postfach 1449 • 95305 Kulmbach
Tel: +49 9221 9051-0 • Fax: +49 9221 9051-4444
E-Mail: buecher@boersenmedien.de
www.books4success.de

„Ich finde es großartig, dass endlich mal jemand das Thema ‚Flirten und Verkaufen‘ miteinander verbindet – es liegt ja auf der Hand. Und ganz besonders freut mich, dass Heidi Pütz auf diese Idee gekommen ist. Denn ihr Ansatz ist unvergleichlich charmant!“

STEFAN FRÄDRICH, EXPERTE FÜR SELBSTMOTIVATION,
WWW.STEFAN-FRAEDRICH.DE

„Ein Buch zum Verlieben. Nie hat Vertrieb mehr Spaß gemacht.“

SABINE ASGODOM, TRÄGERIN DES BUNDESVERDIENSTKREUZES,
WWW.ASGODOM.DE

„Erfolgreich wird nicht unbedingt, wer sich abrackert, sondern vor allem, wer die Bedürfnisse seiner Mitmenschen erfüllt. Die Analogie zwischen dem Flirt und dem Verkauf ist sehr gut gelungen. Es wird einmal mehr bewusst, was wirklich wichtig ist im Verkauf.“

MARTIN BETSCHAT, AUTOR DES NR.1 BESTSELLERS
„ICH WEISS, WIE DU TICKST“, WWW.MARTINBETSCHAT.CH

**„Charme, Charakter, Charisma. „Wer verticken will“,
braucht diese drei Eigenschaften und wird so die Erkenntnisse
aus diesem Buch erfolgreich umsetzen. Einfach klasse!“**

MARTIN LIMBECK, DER HARDESELLING-EXPERTE, BESTSELLER-AUTOR VON
„NICHT GEKAUFT HAT ER SCHON“, WWW.MARTINLIMBECK.DE

**„Heidi Pütz bringt auf den Punkt, worum es im Verkauf geht:
Der Kunde will gern kaufen und verführt werden. Alleine ein Produkt
anzubieten und in der Kommunikation nur von sich auszugehen,
genügt nicht. Zum Verkauf gehört vor allem die Fähigkeit, sich in
den anderen hineinzusetzen.“**

THILO BAUM, SEMINARENTHWICKLER UND AUTOR VON „KOMM ZUM PUNKT!“,
„MACH DEIN DING!“, WWW.THILO-BAUM.DE

**„Flirt-Marketing schafft die perfekte Work-Life-Balance: Sie lernen nicht nur,
wie Sie Ihr Marketing pushen und steinreich werden. Sie erfahren auch,
wie Sie sich jemanden aufreißen, der Ihr ganzes Geld wieder verprasst.“**

MICHAEL KREBS, COMEDIAN UND FUNNYTELLING-COACH,
WWW.MICHAELKREBS.DE



Inhalts- verzeichnis

Flirten Sie sich ins Business **8**

1. Kunden sind wie Frauen **10**
sie wollen den perfekten Anbieter

2. Kunden sind wie Frauen **30**
sie wollen nur manchmal belogen werden

3. Kunden sind wie Frauen **46**
sie wollen klare Ansagen

4. Verkäufer sind wie Kerle	64
<i>sie klopfen starke Sprüche</i>	
5. Verkäufer sind wie Kerle	84
<i>alle haben den Größten</i>	
6. Verkäufer sind wie Kerle	102
<i>sie wollen den schnellen Abschluss</i>	
7. Kunden lieben Unternehmer	116
<i>dort bekommen sie, was sie wollen</i>	
8. Kunden lieben Unternehmer	132
<i>wenn der Service stimmt</i>	
9. Kunden lieben Unternehmer	148
<i>wenn es nicht nur die schnelle Nummer ist</i>	
10. Unternehmer lieben Kunden	166
<i>weil sie etwas für sie tun können</i>	
11. Unternehmer lieben Kunden	182
<i>weil eine stabile Beziehung das Ego stärkt</i>	
12. Unternehmer lieben Kunden	198
<i>weil das der Sinn des Lebens ist</i>	
 <i>Schön war es mit Ihnen</i>	 212

Flirten Sie sich ins Business

*Wer clever seinen Charme spielen
lassen kann, der hat auch einen klaren
Vorteil im Geschäftsleben.*

Unsere Kunden sind nämlich sehr auf der Hut, ob wir nur das eine von Ihnen wollen. Sie geben ihr Geld nur dann mit Freude aus, wenn sie uns vertrauen und sich in guten Händen fühlen.

- Finden Sie mit mir heraus, wie Sie Ihr Image so stärken, dass die Kunden sich um eine Geschäftsbeziehung mit Ihnen reißen.

- Organisieren Sie Ihr Marketing und Ihren Vertrieb so, dass Ihre Zielgruppe wie von sanfter Hand geführt in Ihre ausgebreiteten Arme läuft.
- Flirten Sie ohne Hintergedanken, aus purer Lebensfreude.

Wenn wir erreichen, dass sich ein Kunde mit uns so richtig wohlfühlt, dann können wir uns auch an einer langfristigen Beziehung erfreuen.

Viel Spaß beim Lesen,

Ihre

A handwritten signature in black ink, reading "Heidi Fütz". The signature is written in a cursive, flowing style with a large, sweeping flourish over the "F" and "t".



Kunden sind wie Frauen *sie wollen den perfekten Anbieter*

Ich lebe in einem sehr kleinen Dorf in der Nähe von Köln. Wenn Sie sich da einen schönen Abend machen und ausgehen wollen, dann gibt es ganz genau zwei Möglichkeiten. Pizza bei Alberto oder Pizza bei Luigi.

Wenn ich zu Alberto gehe, dann huscht mir schon auf dem Weg dorthin ein Lächeln über das Gesicht, weil ich genau weiß, was passiert, sobald ich die Tür zum Restaurant öffne. Dann kommt der Alberto mir mit ausgebreiteten Armen entgegen und ruft durch die ganze Pizzeria: „Heidi, Ciao bella! Wie geht es dir?“ und an dieser Stelle drückt er mir zwei herzige Küsse auf die Wangen: „Heidi, du siehst so gut aus! Mama mia! Komm, ich nehme deinen Mantel.“ Wenn Alberto mich zu meinem Tisch führt, dann bewegt er sich vor mir, als würde er eine wichtige,

italienische Mafiabraub eskortieren. Gekonnt zieht er den Stuhl vor, damit ich mich setzen kann. Während er die Karte holt, höre ich die sanfte, italienische Musik. Ich kann nicht anders, ich habe gute Laune und fühle mich rundum wohl. Ich bemerke, dass ich mich hier bei Alberto sogar anders bewege als sonst. Ich sitze gerade wie die Gattin eines französischen Präsidenten, und als er mir die Karte reicht, nicke ich ihm huldvoll zu. Wer könnte diesem Charme widerstehen?

Haben Sie auch einen Alberto? Jemanden, bei dem Sie wahnsinnig gerne kaufen, weil es immer ein Erlebnis ist? Weil Sie neben dem Produkt noch viel mehr bekommen, nämlich gute Laune und Balsam für Ihr Selbstbewusstsein?

Wenn Alberto mal nicht da ist, gehe ich auch hin und wieder zu Luigi in die Pizzeria. Alberto und Luigi sind Brüder. Aber weil beide sehr stolz und eigensinnig sind, hat Luigi sein eigenes Restaurant eröffnet, gleich am anderen Ende der Hauptstraße. Wenn man zu Luigi geht, dann ist man aus der Ferne immer etwas unsicher, ob überhaupt geöffnet ist. Brennt da ein Licht? Im Restaurant sitzen etwas verloren einige Gäste, aber man kann Luigi nirgends entdecken. Schließlich ist man erleichtert, doch seine Stimme zu hören. Von unten, hinter dem Tresen, von wo er dann meist etwas ruft, wie: „Küche schließt in dreißig Minuten!“ Naja, wenigstens bekomme ich noch etwas zu essen.

Wer gut flirten kann, der kann sich einfach besser verkaufen. Und wer es schafft, einen Menschen emotional für sich zu gewinnen, der verkauft auch leichter seine Produkte oder ungewöhnliche Ideen. Ob wir jemandem etwas „abkaufen“ ist einfach eine Frage des Gefühls. Mit einem unhöflichen Verkäufer machen Kunden nun mal nicht gerne Geschäfte. Wenn sie dorthin gehen, dann nur, weil es der einzige Anbieter ist. Oder er hat einen unschlagbar niedrigen

Preis. Aber sobald Kunden einen Verkäufer finden, der nur ein wenig freundlicher ist und dem sie vertrauen, dann springen sie dem preiswerten Händler ab, ohne mit der Wimper zu zucken.

Ob Sie sich morgens aufraffen und sich überlegen, wie sie Ihren Kunden freundlich begegnen können, hat also unmittelbar Auswirkungen darauf, wie viel Geld Sie am Ende des Tages in der Tasche haben. In einer Festanstellung sind die Auswirkungen nicht so schnell am Gehalt zu spüren, aber Sie werden täglich mit einem besseren Gefühl zur Arbeit gehen. Wenn Sie der Alberto für Ihren Chef sind, dann wird er sie als Mitarbeiter schätzen und Ihr Arbeitsplatz ist Ihnen viel sicherer, weil Sie einzigartig und nicht so leicht zu ersetzen sind.

Ich möchte Ihnen zeigen, wie Sie sich selbst zum Latin Lover der Verkäufer machen. Wenn Sie sich in Ihre Kunden und Arbeitgeber hineinversetzen, dann flirtet Ihr komplettes Marketing. Texte, Bilder und alles, was Sie von Ihrem Können nach außen tragen, ist so viel persönlicher. Mit einer attraktiven Website oder einer sexy Visitenkarte wird Ihnen das Verkaufen viel leichter von der Hand gehen. Sie denken jetzt möglicherweise: Alberto hat es da einfacher als ich. Die Italiener, die haben es einfach drauf. Die sind schon von Geburt an Charmeurs. Meine Mission ist es, dieses locker leichte Lebensgefühl hier im kühlen Norden zu verbreiten. Wir können das hier wirklich gebrauchen, oder?

Was macht den Besuch bei Alberto so sympathisch? Sie werden jedes Mal absolut positiv begrüßt. Ohne Ausnahme. Der erste Kontakt ist immer voller Herzenswärme. Als würde man zur Mama nach Hause kommen. Man wird mit ausgebreiteten Armen empfangen und ist immer herzlich willkommen. Alle Alltagsprobleme werden vorerst hintenangestellt. Jetzt zählt erst mal der Mensch, der durch die Tür

kommt. Und das wirklich jedes Mal ohne Ausnahme. Es ist so enorm wichtig, wie wir Kunden, Mitarbeiter und Kollegen begrüßen.

Denken Sie jetzt mal an einen Menschen, mit dem Sie gerne zu tun haben. Das kann ein Lieblings-Kunde, ein Kollege oder auch gerne jemand aus Ihrem Privatleben sein. Wie begrüßen Sie diesen Menschen, wenn er durch Ihre Tür kommt? Stellen Sie sich vor, sie würden ihn begrüßen, wie Alberto es tun würde. Haben Sie es noch im Kopf? „Heidi, Ciao bella! Wie geht es dir?“ Küsschen, Küsschen: „Heidi, du siehst so gut aus! Mama mia! Komm, ich nehme deinen Mantel.“ In diesem Satz steckt unheimlich viel wertvolle Kommunikation. Sprechen Sie Menschen so häufig wie möglich mit dem Namen an. Das ist eine Wertschätzung ohnegleichen. Den eigenen Namen hört man einfach gerne. „Wie geht es dir?“ bringt Ihnen wichtige Informationen, aus welcher Situation Sie Ihren Gesprächspartner abholen. Wie fühlt er sich gerade? Braucht er etwas Zeit zum „Ankommen“? Oder ist er voller Energie und will lieber gleich zur Sache? „Komm, ich nehme deinen Mantel.“ Das ist der Blick für die Bedürfnisse Ihres Gegenübers. Ist es zu warm? Möchte er etwas trinken? Wenn Sie in Zukunft einen netten Menschen begrüßen, denken Sie an die folgenden Punkte:

- Sprechen Sie die Menschen mit Namen an.
- Aus welcher Situation kommt Ihr Gesprächspartner?
- Welche Bedürfnisse hat er gerade?

In der digitalen Welt sind wir bei der Begrüßung nicht zwingend persönlich anwesend. Zum Beispiel mit dem Text auf der Startseite Ihrer Homepage. Manchmal auch in einer E-Mail oder in einem Brief. In Flyern, Ihrer Visitenkarte und jedem Marketing- und

Werbemittel, mit dem Sie auf andere Menschen zugehen. Die Regeln sind hierbei die gleichen: Sprechen Sie die Menschen auf Ihrer Homepage an, wie Alberto es tun würde? Oder machen Sie in Ihren Texten den Luigi?

Dabei brauchen Sie auf Ihrer Website niemanden mit Namen anzusprechen. Das wäre auch, wie ich finde, datenschutzrechtlich etwas unheimlich. Aber je besser Sie die Zielgruppe definiert haben, umso eher fühlen sich die richtigen Kunden angesprochen. E-Mails oder Briefe sollten immer so persönlich wie möglich sein. Massen-Mailings ohne persönliche Ansprache landen bei mir sofort und ungelesen im Papierkorb.

„Wie geht es dir?“ ist auch eine wichtige Frage für Ihre Website. Aus welcher Situation holen Sie Ihren Kunden ab? Meine Kunden sind in der Regel in einer Situation, wo sie sich beruflich oder privat besser verkaufen wollen. Sie wollen mehr Kunden, mehr Geld oder eine neue berufliche Perspektive. „Komm, ich nehme deinen Mantel.“ Damit zeigt Alberto den Sinn für die Bedürfnisse seiner Gäste. Wenn jemand in sein Restaurant kommt, dann hat er Hunger, möchte entspannen und meist auch vom Alltag abschalten. Welche Bedürfnisse haben Ihre Kunden? Denken Sie darüber nach, bevor Sie zu einem Termin gehen. Vielleicht können Sie es auch zu Ihren regelmäßigen Vorbereitungen vor einem Kundengespräch zur Regel machen. Recherchieren Sie nicht nur Daten und Fakten, sondern üben Sie sich auch in Empathie.

Nun ist das Leben nicht immer ein Ponyhof voll Gefühlsduseleien. Was ist zum Beispiel mit Konflikt-Gesprächen? Angenommen, Sie müssen ein Thema ansprechen, das sehr unangenehm für die eine Seite werden wird. Manchmal sind Gespräche notwendig, in denen es um Kündigung oder Abmahnung geht. Oder es ist Ihnen

einfach unangenehm nach der Gehaltserhöhung zu fragen. Aus eigener Erfahrung kann ich Ihnen sagen, solche Themen fallen Ihnen leichter, wenn Sie sich in den ersten Minuten Zeit genommen haben den Menschen zu verstehen.

Das gilt für alle zwischenmenschlichen Dinge im Leben, die Ihnen schwer fallen. Nehmen Sie sich die Zeit, die Menschen zu verstehen, auf die Sie zugehen möchten. Beschäftigen Sie sich nicht so viel mit Ihrem eigenen Problem. Überlegen Sie lieber, was das größte Problem für Ihren Gesprächspartner ist. Wie können Sie ihm helfen das zu überwinden?

Das perfekte Käuferlebnis, das können Sie als Kunde bei Alberto spüren. Da bekommen Sie einfach etwas mehr als das Produkt. Da bekommen Sie gute Laune, Balsam für Ihr Selbstbewusstsein und eine kleine Seelen-Streichelei.

Verlierer oder Gewinner? Das zeigt sich sofort!

Im Restaurant ist es ruhiger geworden. Alberto setzt sich zu mir an den Tisch. Er erzählt mir, sein Bruder Luigi habe morgen Nachmittag ein Date im Eiscafé. Luigi ist schon ein wenig schüchtern. Manchmal hat er eine Verabredung, er versteht sich gut mit der Frau, aber dann geht es einfach nicht weiter. Zu einem zweiten Treffen kommt es meist gar nicht. Das ist doch komisch, oder? Weil Alberto schon gesehen hat, wie ich im Fernsehen solche Fälle analysiere, hat er eine Idee. Er will sich mit mir ein wenig früher im Eiscafé treffen, und dann beobachten wir aus sicherer Entfernung, wie sich Luigi beim Date macht. So können wir ihm danach vielleicht einige Tipps geben.