

# „So unaufdringlich, wie es nur geht“

Angst vor 2009? Verkäufer müssen nur Flirt-Techniken beherrschen, das steigert den Umsatz. **Phillip von Senftleben** bietet entsprechende Seminare an.

**W&V** Das nächste Jahr soll ein hartes werden. Erlebt der Flirt eine Renaissance, weil er einen Ausgleich schafft?

**Von Senftleben** Das ist möglich. Ich merke jedenfalls, dass ich derzeit sehr gut gebucht bin – von Privatleuten und Verkaufsorganisationen. Letztere haben angesichts der düsteren Prognosen Angst, nicht mehr so überzeugend auftreten zu können.

**W&V** Und mit Ihren Flirt-Techniken kann man Geschäftsleuten diese Angst nehmen?

**Von Senftleben** Selbstverständlich. Flirten ist beispielsweise beim Verkauf eine probate Kommunikationsform.

**W&V** Was macht ein Verkäufer, der den Flirt beherrscht, anders?

**Von Senftleben** Flirten ist eine Kommunikationsform, die immer gewinnend ist, da sie den Verhandlungspartner in seinen Bedürfnissen ernst nimmt. Eine von mir entwickelte Technik dabei ist, die eigene Multi-Authentizität zu entdecken. Das klingt vielleicht etwas hochgestochen, heißt aber einfach: Man kann in seiner Persönlichkeit verschiedene Aspekte entdecken, die man zuweilen unterdrückt, obwohl sie energetisches Potenzial enthalten. Das ist eine der Techniken, die ich höchst interessant finde und die funktioniert. Man spielt also verschiedene Seiten seiner Persönlichkeit aus, ohne sich zu verbiegen. Aber auch Empathie, die Fähigkeit, sich in einen anderen hineinzuversetzen, ist bei einem Verkaufsgespräch äußerst wichtig.

**W&V** Und diese Fähigkeit versetzt einen in die Lage, die Zahl der Abschlüsse zu steigern?

## Phillip von Senftleben

In zahllosen Radiosendungen hat Phillip von Senftleben Hörerinnen so lange bezirzt, bis sie ihm ihre Handy-Nummer gaben. Der Flirter, wie er genannt wird, hat aus dieser Fähigkeit ein erfolgreiches Business aufgebaut: mit Publikationen, Einzelunterricht und Seminaren.



**Von Senftleben** Dem Verkäufer macht das Verkaufen plötzlich wieder unheimlich viel Spaß. Weil er sich eben nicht verbiegen muss und weil durch den Einsatz von Empathie eine unterhaltensame Spannung entsteht. Wenn er dann noch ein Produkt vertritt, hinter dem er steht, kann eigentlich nichts mehr schiefgehen. Allerdings muss man noch drei, vier andere Strategien anwenden: Die Kombination steigert den rhetorischen Gewinn.

**W&V** Welche Strategien denn?

**Von Senftleben** Eine ist die Zurückhaltungs-Maximierung. Es ist die Fähigkeit, so wenig aufdringlich zu sein, wie es nur irgendwie geht. Das danken einem die Kunden in wundervoller Weise. Es ist einfach so: Wer viel fordert, bekommt weniger.

Wenn ich von einem Kunden gar nichts fordere, motiviere ich ihn dazu, nachzufragen.

**W&V** Heißt das: In Vertrieb und Verkauf herrscht hierzulande noch viel Aufdringlichkeit?

**Von Senftleben** Ich begleite immer wieder Verkäufer in ihrem Arbeitsalltag und stelle fest: Sie setzen ihre Kunden unter Druck, benutzen rhetorische Floskeln, die dem Kunden geradezu Angst einjagen. Im

Außendienst gibt es eine Regel, die heißt: „Bist Du raus, ist es aus.“ Diese Regel müssen wir aushebeln – durch Unaufdringlichkeit: Dann kommen Kunden wieder, die vorher einem Kauf gegenüber komplett abgeneigt waren.

**W&V** Wo bleibt denn da eigentlich der Flirt-Faktor?

**Von Senftleben** Die Flirt-Faktoren sind Leichtigkeit, Unaufdringlichkeit, Humor, Authentizität und eine individualisierte Rhetorik. Die Mechanismen sind beim Romantic Flirt dieselben wie beim Business Flirt. Ich möchte mein Gegenüber zu etwas bewegen. Aber immer auf der Basis von Ehrlichkeit und Authentizität, niemals mit Tricks. Jeder hat einen guten sympathischen Kern, den muss er nur finden, entwickeln und lernen, ihn gewinnend einzubringen. Das ist meine Aufgabe.

Helmut van Rinsum ✉ hvr@wuv.de