

VERKAUFGESPRÄCHE

## „PTA unterschätzen Mimik“

Carolin Bauer, 30.08.2018 07:51 Uhr



Echte Freude? Rechts im Bild zeigt die Frau lediglich ein soziales Lachen – die Augen lachen nicht mit.

Fotos: Bettina Volke

**Berlin - Im Verkaufsgespräch zählen nicht nur die richtigen Worte. Die Körpersprache hilft PTA, sich auf das Gegenüber einzustellen. Wichtig sind nicht nur Gesten, die Stimme und die Haltung. Auch das Mienenspiel verrät viel über den Zustand des Kunden. „Mimik wird von PTA im Verkaufsgespräch unterschätzt“, sagt Dirk W. Eilert, der in Berlin eine Akademie für emotionale Intelligenz leitet.**

Mimik gehört laut Eilert zum wissenschaftlich am besten untersuchten Bereich der Körpersprache. „Deshalb sind die Signale so zuverlässig“, sagt er. Die Mimik sei direkt mit dem limbischen System im Gehirn, das für die Verarbeitung von

Emotionen zuständig ist, verbunden. Deswegen sei sie schneller als der Verstand. „Mimik macht nicht nur Falten, sondern ist wichtig für die Empathie. Wir sehen die Gefühlsregungen in den Gesichtern anderer Menschen und gehen spontan in Resonanz damit. Mit dieser Fähigkeit zur Mimikresonanz werden wir geboren, bauen sie aber fatalerweise durch verschiedene Faktoren wie einen verstärkten Medienkonsum wieder ab.“

Auch im Verkaufsgespräch kann die Mimik Eilert zufolge wichtige Hinweise auf die Gefühlslage des Kunden geben. Ihm geht es dabei nicht darum, Kunden zu manipulieren. „Wichtig ist, sein Gegenüber dort abzuholen, wo es sich gerade befindet.“ Es gebe mehr als 10.000 Gesichtsausdrücke. Sieben Signale sind dabei für den Kundenkontakt besonders wichtig, da sie verraten, ob der Gesprächspartner unausgesprochene Einwände hat.

Die Signale passieren meist sehr schnell und sind subtil. Das kurze Zusammenziehen der Augenbrauen etwa zeigt Skepsis und Irritation. Der Kunde habe Einwände. Ein längeres Zusammenziehen könne Konzentration bedeuten. Ein zweites wichtiges Einwandssignal ist das Hochziehen der Brauen von etwa einer Sekunde. Dahinter stecke Ungläubigkeit. „Das Gegenüber ist in diesem Fall aber noch offener für Argumente als beispielsweise bei Skepsis.“

Das kurze Rümpfen der Nase dagegen ist ein Signal von Ablehnung, genauso wie das Hochziehen der Oberlippe. „Das Schürzen der Lippen – diese Bewegung kennen die meisten nicht – kann verschiedene Bedeutungen haben“, sagt Eilert. Komme ein Kunde in die Apotheke und stehe mit „geschürzten Lippen“ alleine vor dem Bonbonregal, sei die Mimik als Kaufinteresse zu deuten. „Der Kunde wägt ab, er braucht Hilfe.“

Im Gespräch dagegen – wenn der Kunde gerade zuhört – steht das Schürzen für einen Einwand. „Der andere ist nicht voll bei uns und unseren Argumenten.“ „Härter“ ist das „einseitige Einpressen der Mundwinkel“: Der Kunde drückt damit Skepsis oder sogar Verachtung aus. Ein sehr kurzes Zucken beider Mundwinkel nach unten – die mimische Entsprechung des Schulterzuckens – steht ebenfalls für einen Einwand. Wichtig sei, die

Signale genau zu beobachten und das Erkennen zu trainieren, empfiehlt Eilert. Der Trick bei der Kommunikation sei, die Regungen richtig zu deuten und aus der „Ich-Wahrnehmung“ heraus anzusprechen: „Ich habe das Gefühl, dass Sie skeptisch sind“ oder „Wenn ich es richtig sehe, zweifeln Sie noch“.

Werden Emotionen verbal zurückgekoppelt, reguliere sich das limbische System beim Gesprächspartner schneller. „Sind Apothekenmitarbeiter auf Einwandssignale geschult, laufen Verkaufsgespräche leichter ab“, sagt Eilert. Auch beim Lachen gibt es Unterschiede: Echte Freude sei in den Augen zu sehen, die „mitlachen“. Ein Lachen aus Höflichkeit führe nicht dazu, dass die Muskeln um die Augen angespannt werden und Fältchen entstehen. Mimik sei die „Bühne der Emotion“ und anders als andere Bereiche kulturübergreifend gleich. In Kommunikationsseminaren geht es Eilert zu viel um Frage-Antwort- und Argumentations-Techniken als um Emotionserkennung.

---

Quellen-URL (abgerufen am 31.08.2018 - 11:24):

<https://www.apotheke-adhoc.de/nachrichten/detail/pta-live/pta-unterschaetzen-mimik-verkaufsgespraech//print.html>

Copyright © 2007 - 2018, APOTHEKE ADHOC ist ein Dienst von EL PATO Ltd. - Agentur für Kommunikation. Skalitzer Straße 68 / 10997 Berlin  
Geschäftsführer: Patrick Hollstein, Thomas Bellartz / Amtsgericht Berlin Charlottenburg / HRB 100 205 B / USt-IdNr.: DE246500697.

Drucken