



Motivation Oriented Sales (MOS)

Neuro-Psychologisch basiertes Training für Vertriebskräfte

Der psychologisch-neurologisch basierte Ansatz orientiert sich an der Kundenmotivation im Kauf-Prozess

- Hochpreisige Güter werden in einem Verdrängungswettbewerb vertrieben
- Aus Kundensicht scheint der Preis die rationale Entscheidungsgrundlage zu sein
- Neue Erkenntnisse der Neurobiologie belegen aber: Menschen entscheiden meist im Vorfeld unbewusst und suchen erst danach logische Argumente, die die Entscheidung begründen
- Die Aufgabe des Verkäufers ist es daher, den Kunden auf der unbewussten Ebene zu erreichen, dort, wo die Entscheidung fällt
- Dafür sind Erkennung und Ansprache der emotionalen unbewussten Bedürfnisse des Kunden essentiell
- Argumente zum Produktnutzen werden dann diesen emotionalen Bedürfnissen angepasst und präsentiert
- Durch den MOS-Ansatz finden Kunden-Berater sogar zu bisher als „schwierig“ empfundenen Kunden einen neuen erfolgreichen Zugang

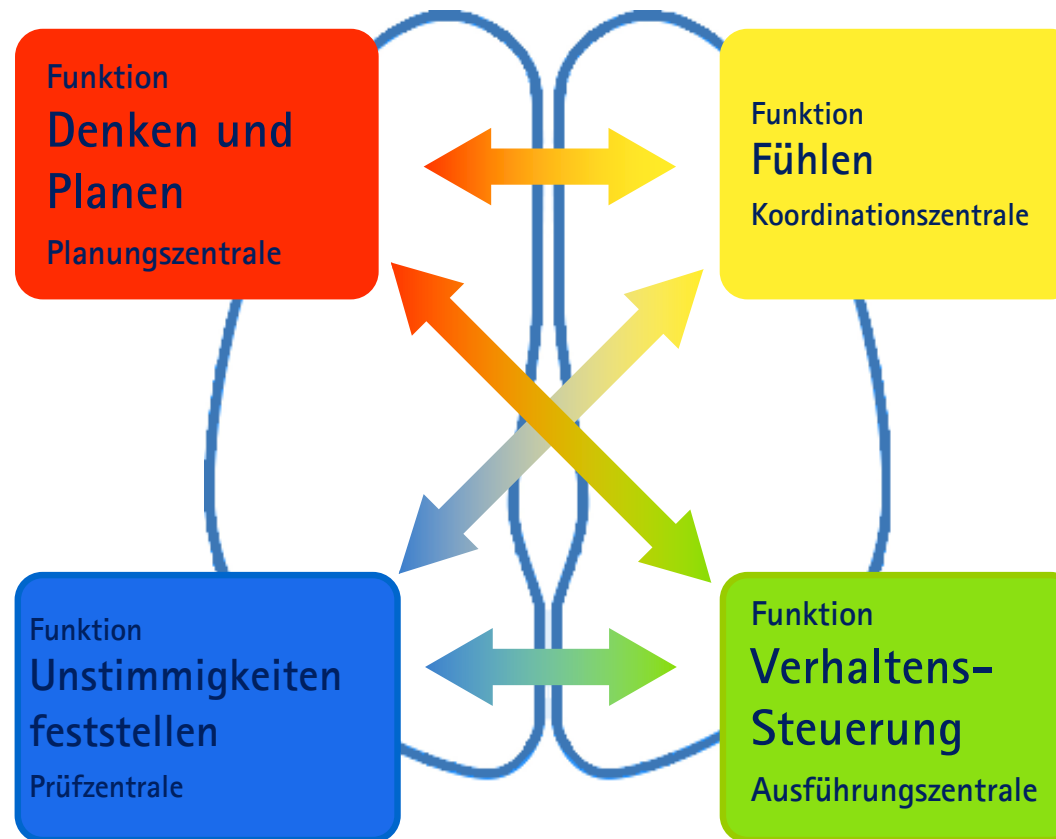


Das Fundament für unsere Vertriebsstrainings bildet der MOS-Verkaufsprozess



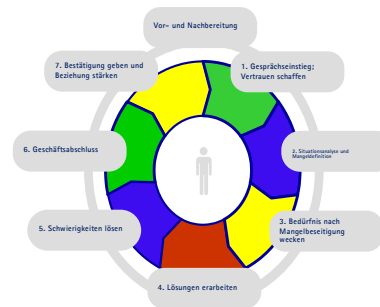
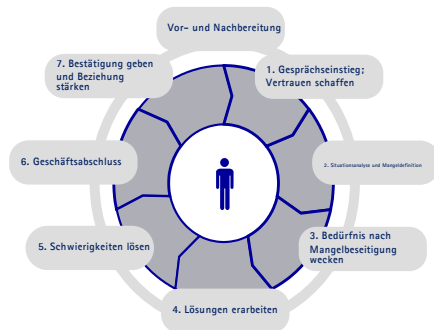
Jede Hirnfunktion steht für spezielle Fähigkeiten

Die jeweiligen Farben stehen für die Gehirnfunktionen Fühlen, Denken und Planen, Steuern, Prüfen

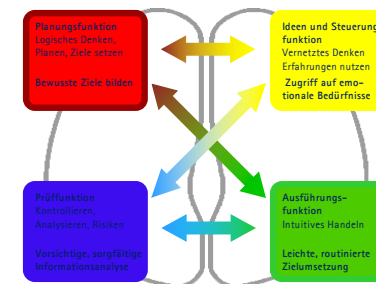


Wie wir Bewährtes mit neuen wissenschaftlichen Erkenntnissen verbinden – Synchronisieren

Erfahrung: Der Verkaufsprozess



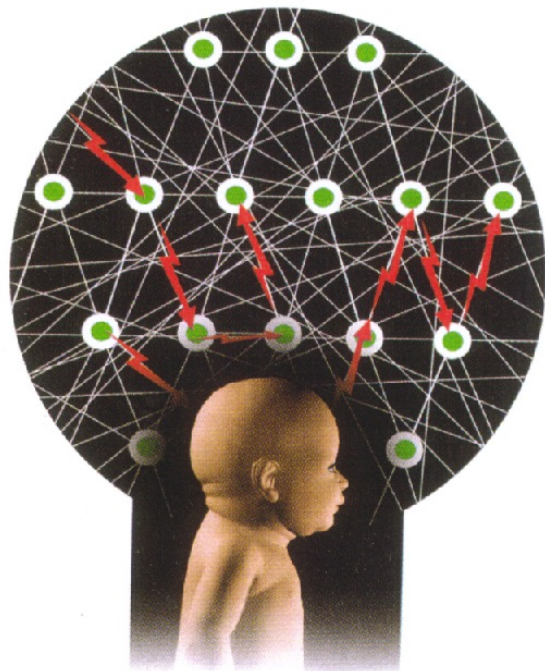
Hirnforschung: Das Handlungssteuerungsmodell



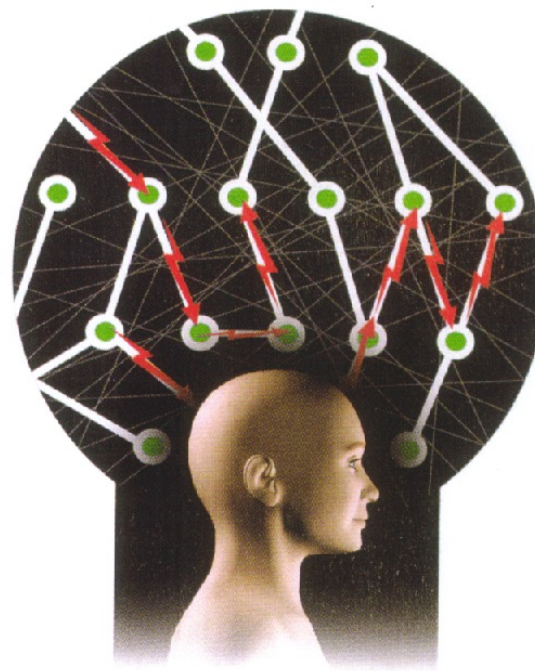
Zusammenführung: Ein erfolgreicher Verkäufer kommt zum Abschluss, indem er in jeder Phase des Verkaufsprozesses spezifische emotional-kognitive Systeme des Kunden gezielt aktiviert. Beide Partner bewegen sich synchron durch den Prozess.



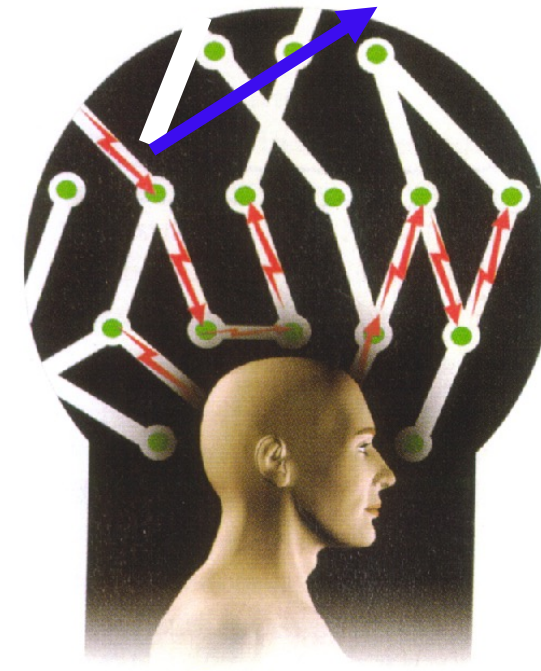
Das Gehirn ist ein Produkt seiner Benutzung!



0-2 Jahre



2 Jahre bis Pubertät



Erwachsener

Bewusst gestaltete Verhaltensänderungen veranlassen das Gehirn (auch bei Erwachsenen), sich selbst umzubauen. Unser Trainings-Ansatz macht diesen Prozess bewusst und optimiert ihn.



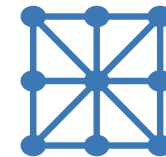
Jede Hirnfunktion steht für spezielle Fähigkeiten

Synchronisierung von Herausforderung und Fähigkeit durch bewusstes Umschalten

Linke Hirnhälfte
Analytische Intelligenz
Entweder-oder-Prinzip



Rechte Hirnhälfte
Intuitive Intelligenz
Sowohl-als-auch-Prinzip



Gezielt fokussierende
Gefühle,
z.B. nüchtern, sachlich,
konzentriert

Funktion
**Denken und
Planen**
Planungszentrale

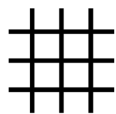


Aufmerksamkeit weitende
Gefühle, z.B. gelassen, ruhig

Funktion
Fühlen
Koordinationszentrale

Selbstberuhigung:
Dämpfen einengender Gefühle
ermöglicht Selbstzugang und
Problemlösung
REFLEKTIEREN

Selbstmotivation:
Herbeiführen aktivierender Gefühle
ermöglicht Initiative und
Zielumsetzung
HANDELN



einengende Gefühle,
z.B. Angst, Wut, Ärger

Funktion
**Unstimmigkeiten
feststellen**
Prüfzentrale

Funktion
**Verhaltens-
Steuerung**
Ausführungszentrale



aktivierende Gefühle,
z.B. Freude, Lust, Spaß

Welche Reaktion ist somit angemessen und was tue ich?



Der Berater lernt in jeder Verkaufsphase bestimmte emotional-kognitive Systeme des Kunden gezielt zu aktivieren ⁽¹⁾

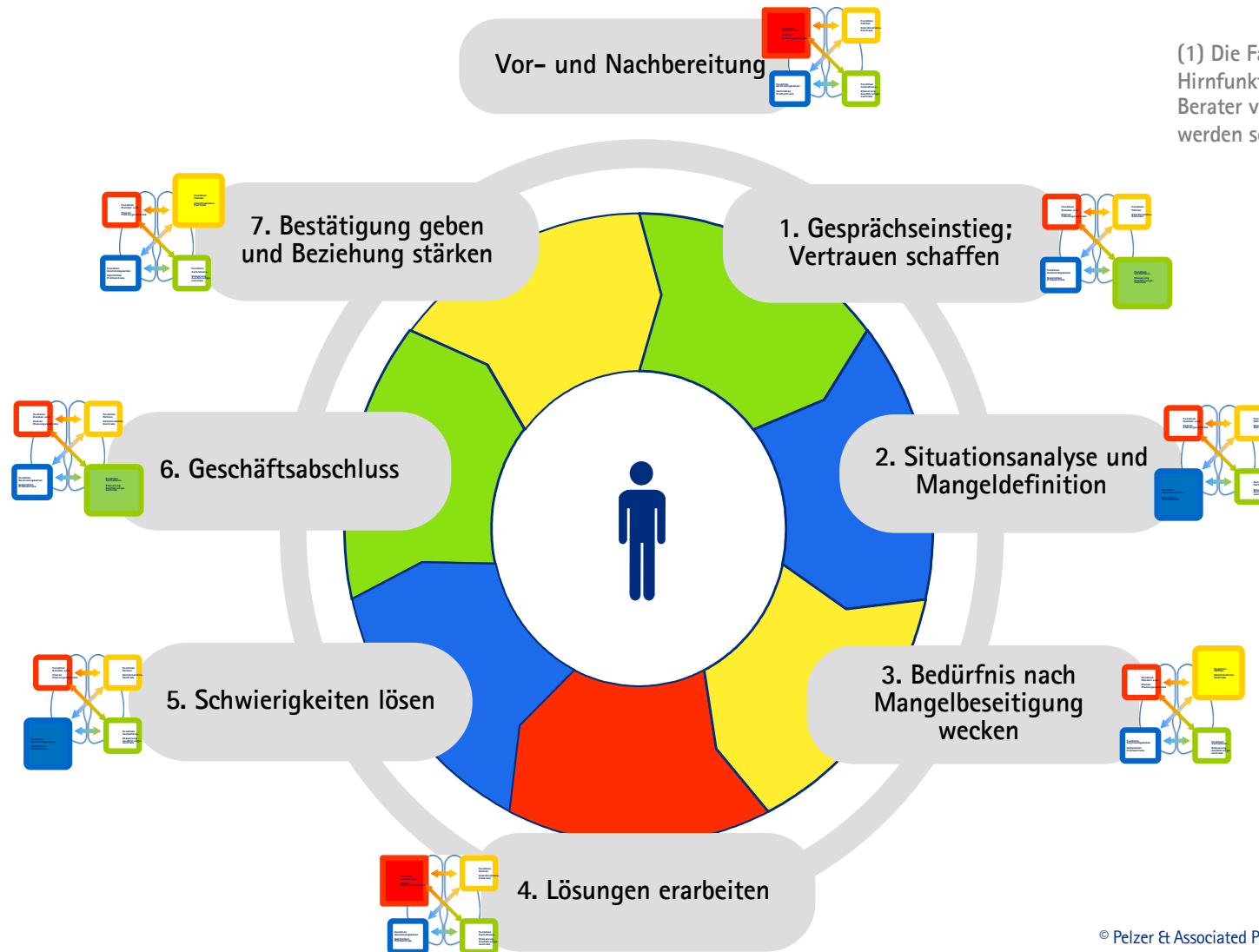


(1) Die Farben zeigen an, welche Hirnfunktionssysteme vom Berater vorrangig genutzt werden sollten.



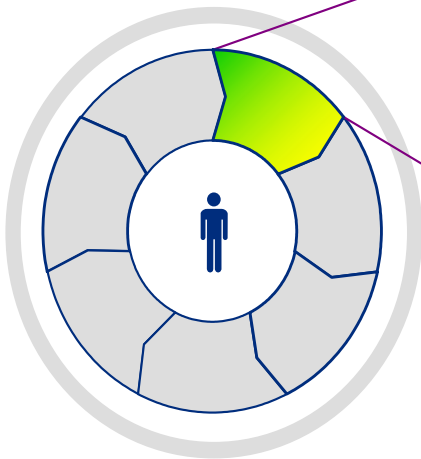
Den richtigen Gang einlegen

Das passende Hirnfunktionssystem wird für die jeweilige Herausforderung der Phase im Verkaufsgespräch eingeschaltet



Beispiel: In Phase 1 aktiviert der Berater das vernetzte Denken und Fühlen sowie die intuitive Verhaltenssteuerung

Phase 1: Gesprächseinstieg und Herstellen einer Vertrauensbasis



Ziele für Phase 1:

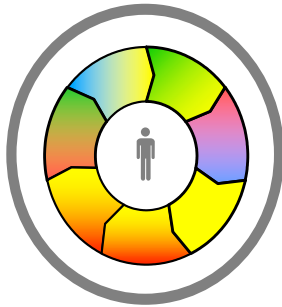
- Eine vertrauensvolle und offene Atmosphäre schaffen
- Allgemeine Ziele für das Gespräch einführen
- Wünsche und emotionale Bedürfnisse (soziale Motive) des Kunden erkennen
- Den Kunden bedürfnisgerecht ansprechen

Das gelingt durch:

- Aktivieren des vernetzten Denkens und Fühlens (gelb) und der Ausführungsfunktion (grün) beim Kunden
 - Etwas tun, tun lassen, Kaffee einschenken
 - Bewegung und körperliche Aktion, Stuhl rücken
- Aktivieren der damit verbundenen Emotionen (gelb-gelassen; grün-positiv emotional)

Der Berater lernt die emotionalen Bedürfnisse des Kunden zu erkennen und anzusprechen, um eine positive und entspannte Gefühlslage zu erreichen, die dann wiederum zu Vertrauen und Offenheit führt.

Persönlichkeitskompetenzen auf funktionaler Ebene messen und als Grundlage der Entwicklungsarbeit nutzen

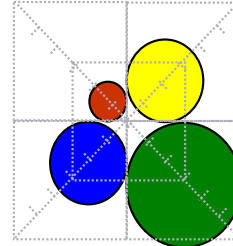


Beispiel: Prozess in einem Verkaufsgespräch

Auf Basis des Hirnmodells wird mit der gemessen, wie gut die Hirnfunktionssysteme bei bestimmten Aufgaben zusammenspielen.

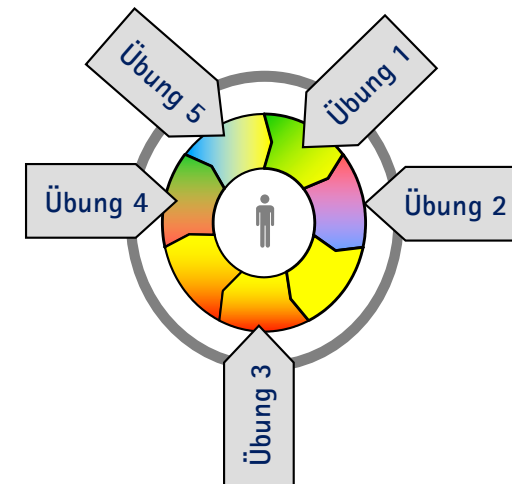
Informationsverarbeitung

Analytisches Denken Aus dem Überblick



Detailfokussiertes Wahrnehmen Intuitives Verhalten

Dann werden individuelle Entwicklungsmöglichkeiten (sogenannte Engpässe) auf der Ursachenebene aufgezeigt. Je nach Anforderung der Aufgabe der jeweiligen Funktion.



Alle Trainings und Coachings fokussieren auf die erkannten Engpässe. Effizienz und Wirksamkeit steigen deutlich. Die schwächsten Glieder der „Kette“ werden verstärkt.

Unser 3-stufiges Vorgehen in der Konzeption: Bedarfsanalyse, Trainingsanpassung und Praxistransfer



Wir freuen uns auf Sie



Bernhard K.F. Pelzer

Dipl.-Ingenieur, Hamburg

Breckwoldtstrasse 2

22887 Hamburg

040 866045-45

www.pelzerap.de

E-mail: bernhard.pelzer@pelzerap.de





Anhang

- Damit wollen wir Sie

