

Der vernachlässigte Sinn: Haptik im Verkauf

Der Tastsinn beeinflusst Menschen unbewusst mehr, als jeder andere Sinn. Trotzdem wird er im Verkaufsgespräch viel zu selten angesprochen. Haptik Experte Karl Werner Schmitz erklärt warum das so ist und ermutigt zu mehr Haptik im Verkauf.

Aktuelle Gehirnforscher wie Gerald Hüther und Manfred Spitzer unterstützen die These des Verkaufsexperten Karl-Werner Schmitz: «Dem Tastsinn kann man sich nicht entziehen. Er hat einen starken Einfluss auf unser Denken und Handeln.» Schmitz plädiert für mehr begreifbare Verkaufshilfen: «Wer Haut und Hände in die Kommunikation einbezieht, hebt sich wohltuend von anderen ab.» erläutert er seinen Ansatz.

Da Kaufentscheidungen zum grossen Teil unbewusst getroffen werden, ist es wichtig, den Erlebniswert zu schaffen. Da Augen und Ohren oft schon von zu vielen Eindrücken überflutet sind, bietet sich der Zugang über den Tastsinn an. «Kunden bekommen heute 4000 Kaufimpulse pro Tag», erläutert Schmitz «Diese steuern fast ausschliesslich Hören und Sehen an. Ein physisches Erklärungsmodell in Form einer haptischen Verkaufshilfe dagegen erreicht Kunden eher und überzeugt.»

Besonders wichtig ist der haptische Verkaufsansatz, wenn kein greifbares Produkt zur Verfügung steht. Dienstleister, wie Trainer, Speaker und Coaches profitieren deshalb besonders von physischen Erklärungshilfen. Sie helfen die eigene Spezialisierung oder Besonderheit beim Kunden zu verankern.

Nikolaus B. Enkelmann nutzt z.B. ein Ying- und Yang-Balance-Männchen. Stefan Frädrich schenkt seinen Kunden einen «Günter der innere Schweinehund», um sein Markenzeichen zu hinterlassen. Karl Pils zeigt mit seinem Umdenk-Rotor, dass Veränderung möglich ist. Und Haptik-Experte Schmitz nutzt seine Impulskugelreihe, die die fünf Sinne symbolisiert. «Am besten sollte jeder Kollege ein greifbares Symbol oder Logo haben, um sich bei Kunden unvergesslich zu machen.» Doch warum wird der Tastsinn im Verkauf und in der Kommunikation so vernachlässigt, wenn er doch so wirkungsvoll und wich-

tig ist? Karl Werner Schmitz sieht die Ursachen dafür in der Vergangenheit. Schon Aristoteles nannte den Tastsinn den «niederen Sinn». Die Intelligenz und die geistige Welt über alles andere gestellt. Die Kirche förderte die Verneinung des Körpers weiter. «Wir Haptiker laufen immer noch gegen Windmühlen», so Schmitz «dabei sind wir Menschen auf jeden Fall körperliche Wesen, aber das mag die geistige Welt nicht.» Zum Schluss mahnt der Haptik-Experte noch körperliche Erfahrungen nicht zu vernachlässigen: «Unsere Kinder sind nicht hyperaktiv, sondern ihre Augen und Ohren sind überflutet. Dagegen fehlt ihnen praktische Körper-Intelligenz. Die alte Weisheit vom gesunden Geist in einem gesunden Körper gilt aber immer noch.»

Karl Werner Schmitz



ist Begründer des Haptischen Verkaufs, Verkaufstrainer, Sprecher und Autor mehrerer Bücher. Schmitz ist der führende Experte zur Entwicklung von Haptischen Verkaufshilfen und in Marketing und Vertrieb mit fünf Sinnen.

GSA Chapter Schweiz
www.germanspeakers.ch