

In der Kundenkommunikation können Vertriebler von Pferden eine Menge lernen – wie etwa Empathie, Entschlossenheit und Timing.

Was uns Pferde für die Kundenkommunikation im Vertrieb und Verkauf lehren

Autor: Andreas #derNabicht, Verkaufstrainer

Was haben Pferdekommunikation und Vertrieb gemeinsam? Ehrlich gesagt, eine ganze Menge! Durch die intensive Arbeit mit Pferden in meiner Freizeit habe ich gelernt: Viele der Eigenschaften, die es für Pferdeführung braucht, sind auch in der Kundenkommunikation sehr wichtig. So zum Beispiel Einfühlungsvermögen, das richtige Timing, Authentizität, Entschlossenheit und Klarheit. In diesem Blogbeitrag zeige ich Dir, warum Kundenhelden die Basics der Pferdekommunikation kennen sollten. Und warum jeder Vertriebler einmal einen Tag mit dem 600 kg-Coach Pferd verbringen sollte.

Aus dem Inhalt Teil 1

- [Aller Anfang ist \(gar nicht so\) schwer](#)
- [Pferdepsychologie vs. Verkaufspsychologie: Das Gehirn verstehen](#)
- [Persönlichkeitsentwicklung: Eigenschaften einer Leitstute](#)
- [Von Pferden und Kunden geschätzt: Glaubwürdigkeit und Authentizität](#)

Aus dem Inhalt Teil 2

- [Beziehungsaufbau: Einfühlend zuhören und versteckte Motive ergründen](#)
- [Der Oppositionsreflex: Druck erzeugt Gegendruck](#)
- [Das Ziel: Respekt und Kundenkommunikation auf Augenhöhe](#)

Zusammenfassung:

Vertriebs-Tipps – direkt aus dem Pferdetraining abgeleitet

Nachfolgend habe ich einige wichtige Prinzipien des Pferdetrainings zusammengefasst und Dir anhand von Beispielen gegenübergestellt, welche konkreten Tipps sich daraus für das tägliche Vertriebsleben ableiten lassen.

Das richtige Timing



Pferdetraining: In der Arbeit mit Pferden kommt es auf das perfekte Timing an. Ich muss ein Gespür dafür entwickeln, wann der richtige Zeitpunkt gekommen ist, das Training zu beenden.

Beispiel: Wenn ich mit meinem Pferd das korrekte Rückwärtsrichten übe, belohne ich mein Pferd sofort für den kleinsten Schritt in die richtige Richtung. Unmittelbares Lob zum richtigen Zeitpunkt ist entscheidend. Wenn es gut funktioniert und die ersten sauberen Rückwärtsschritte klappen, versuche ich nicht in die Versuchung zu kommen, direkt noch mehr zu fordern. Sondern beende das Training an diesem Tag mit einem Erfolgserlebnis.

Vertriebs-Tipp: Beobachte Deine Kunden genau, um ein Gespür dafür zu bekommen, wann der richtige Zeitpunkt für den nächsten Schritt im Gespräch ist. Gehe nicht immer nach Schema X vor, sondern lerne, dich auf Deinen Kunden und seine Bedürfnisse einzustellen.

Beispiel: Entwickle ein Gespür dafür, wann der richtige Zeitpunkt gekommen ist, um Ihrem Kunden die Abschlussfrage zu stellen. Zerstöre die aufgebaute Beziehung nicht, indem Du zwingend innerhalb eines Gesprächs zur Abschlussfrage kommen und diese unbedingt stellen willst. Sondern beende im Zweifel das Gespräch im richtigen Moment, wenn der Kunde noch nicht so weit ist. Und knüpfe im nächsten Gespräch daran an.

Die Lösung selbst entdecken



Pferdetraining: Pferde wollen nicht unter Druck und Zwang lernen. Ziel sollte es sein, unsere Idee zur Idee des Pferdes zu machen. Das Pferd soll letztlich selbst die Lösung „entdecken“.

Beispiel: Ein Pferd läuft extrem langsam im Schritt. Je mehr Druck ich aufbaue und mit der Gerte versuche, es schneller zu machen, desto abgestumpfter wird es. Stattdessen versuche ich, es absichtlich noch langsamer laufen zu lassen, gerade so, dass es sich überhaupt noch bewegt und nicht stehenbleibt. Dies wiederhole ich mehrfach. Solange, bis es dem Pferd zu anstrengend wird und es auf die Idee kommt, automatisch schneller zu laufen. Da dies weniger anstrengend ist, als der extrem langsame Schritt.

Vertriebs-Tipp: Kein Mensch will etwas verkauft bekommen. Die Aufgabe des Kundenhelden ist es, wie ein Regisseur den potentiellen Käufer auf dem Weg zum Wunschprodukt zu begleiten.

Beispiel: Erzähle Deinem Kunden nicht in ermüdenden, langen Gesprächen, wie toll Deine Software ist und wie viele Vorteile er davon hätte. Sondern lass ihn das Produkt selbst entdecken, z. B. mit einer Testversion, sodass er sich die Lösung am Ende im Idealfall „selbst verkauft“.

Motivation



Pferdetraining: Pferde sind Energiesparer. Beim Training ist es die größte Belohnung für das Pferd, wenn es eine Pause bekommt.

Beispiel: Mit einem Pferd soll das punktgenaue Angaloppieren geübt werden. Sobald dies das erste Mal gut funktioniert und das Pferd die gewünschte Reaktion gezeigt hat, gönne ich ihm sofort eine Pause. Ich lasse es bei mir stehen, lobe und kraule es. Damit erfülle ich eines seiner größten Motive, nämlich das Energiesparen, was lebenswichtig ist für ein Fluchttier. Und dagegen kann sich kein Pferd wehren

Vertriebs-Tipp: Ergründe die wahren Kaufmotive Deines Kunden. Nur so gelingt es Dir, ihm das passende Produkt zu verkaufen und sein Interesse, seine Motivation aufrechtzuerhalten.

Beispiel: Wenn Du hochwertige Uhren verkaufst, musst Du in der Kundenergründung herausfinden, welches soziale Motiv der Kunde mit der Uhr befriedigen möchte – Individualität, Status oder soziale Zugehörigkeit. Darauf passt Du dann individuell Deine Verkaufsargumente an, damit Du die zugrunde liegenden Bedürfnisse Deines Kunden gezielt ansprechen kannst.

Einen Schritt zurückgehen, um vorwärts zu kommen

Pferdetraining: Reagiert das Pferd auf eine Änderung im Trainingsablauf oder auf die Intensivierung bzw. Erhöhung des Schwierigkeitsgrades nicht positiv, so kann ich jederzeit wieder einen Schritt zurückgehen.

Beispiel: Ein Pferd hat Angst vor Wasser und weigert sich beim Ausreiten, einen kleinen Bach zu durchqueren. Ich versuche, das Pferd zunächst behutsam an Wasser zu gewöhnen, und übe erst an kleinen Pfützen, dann an größeren etc. Immer dann, wenn ich im Training an den Punkt komme, an dem mein Pferd wieder in die Abwehrreaktion kommt, ist das ein Zeichen dafür, dass mein Pferd noch nicht genug Vertrauen gefasst hat. Dann gehe ich einen Schritt zurück und arbeite erstmal weiter an seinem Vertrauen bei kleinen Pfützen. Dann erhöhe ich wieder den

Schwierigkeitsgrad... Und irgendwann wird auch der Bachlauf kein Problem mehr sein.

Vertriebs-Tipp: Wenn Du im Verlauf der Kundenergründung vom Kaufinteresse Deines Wunschkunden nicht wirklich überzeugt bist, dann besprich mit ihm noch einmal die Regeln einer erfolgreichen Zusammenarbeit.

Beispiel: Du bist im Kundengespräch schon weit vorangeschritten und befindest Dich schon fast im Closing-Prozess. Doch auf einmal gerät die Kommunikation ins Stocken, das Follow-up führt nicht zum nächsten Schritt. Nun ist es wichtig, in die Kundenergründung zurückzugehen und herauszufinden, ob noch versteckte Einwände bestehen. Nur wenn Du es schaffst, diese zu entdecken und auszuräumen, kannst Du auch wieder einen Schritt vorwärtskommen und letztlich einen Verkaufserfolg erzielen.

Stetige Weiterentwicklung



Pferde-Training: Dem Pferd darf es im Training nicht langweilig werden. Wenn etwas gut klappt, sollte ich das Pferd jedes Mal ein bisschen mehr fordern. Am besten setze ich mir ein festes Ziel, das ich erreichen möchte, und das ich bei Erfolg wieder neu definiere.

Beispiel: Ich möchte, dass mein Pferd fünf Runden frei, also ohne Strick und Halfter, um mich herumtrabt. Nun teile ich das Training in kleine Schritte auf, die ich bei Erfolg jedes Mal erweitere. Ich verlange also zu Beginn erst eine Runde, dann zwei etc. Wenn ich gleich zu Beginn fünf Runden fordere, wird sich mein Pferd schnell langweilen und vor mir weglaufen. Durch den schrittweisen Aufbau verhindere ich diese negative Reaktion. Klappen die fünf Runden, dann setze ich mir ein neues Ziel: Ich versuche es zum Beispiel als Nächstes im Galopp, oder erhöhe den Schwierigkeitsgrad, indem ich das Pferd in einem größeren Abstand um mich herumschicke... Wichtig ist, es nie zu verlernen, kreativ zu sein und dem Pferd neue Aufgaben zu stellen!

Vertriebs-Tipp: Ein echter Kundenheld verlässt regelmäßig seine Komfortzone. Seine

Weiterentwicklung hört nie auf. Dies ist zwar nicht der leichteste und bequemste Weg – aber der nachhaltig erfolgreichste.

Beispiel: Wenn Du im Vertrieb wirklich erfolgreich sein willst, ist es wichtig, dass Du immer wieder eingespielte Routinen bewusst aufgibst. Suche Dir immer wieder neue, kreative Wege und sei dabei zielorientiert, selbstsicher und mental stark.

Noch ein letzter Tipp:

Es gibt einen einfachen Weg, zu überprüfen, wie weit wir auf dieser Reise schon gekommen sind. Im Pferdetraining müssen wir einfach einmal Halfter und Strick entfernen. Wenn das Pferd dann immer noch mit uns arbeiten möchte und sich uns freiwillig anschließt, dann akzeptiert es uns in dieser Situation als Führungskraft, als Partner. Und in der Kundenarbeit sehen wir es daran, ob der Kunde am Ende wirklich kauft. Und langfristig unser Geschäftspartner bleibt.

All die Vergleiche und Beispiele zeigen eines: Sowohl Pferdetraining als auch Vertriebsarbeit besteht in erster Linie aus smartem, manchmal hartem Training an uns selbst. Es geht unter anderem um Persönlichkeitsentwicklung, die richtige Einstellung und Selbstmanagement. Im Grunde ist dies eine Reise zu uns selbst. Ein guter Pferdenschaffender arbeitet mehr an sich selbst als am Pferd. Und auch ein Kundenheld arbeitet mehr an sich selbst als direkt am Kunden. Es braucht die Entschlossenheit, diesen Weg gehen zu wollen, die Empathie, um sich in das Gegenüber einfühlen zu können, und die Fähigkeit zur Pferde- bzw. Kundentyp-spezifischen Kommunikation.

Ich wünsche Dir eine gute und vor allem nachhaltig erfolgreiche Reise – vielleicht ja auf der einen oder anderen Etappe mit vierbeiniger Unterstützung!

Andreas #derNabicht

LINKS Website:

- www.dernabicht.com
- [Das E-Book](#)
- [Maßgeschneiderte Leistungspakete](#)

Sie sehen gerade einen Platzhalterinhalt von **YouTube**. Um auf den eigentlichen Inhalt zuzugreifen, klicken Sie auf die Schaltfläche unten. Bitte beachten Sie, dass dabei Daten an Drittanbieter weitergegeben werden.

[Mehr Informationen](#)

[Inhalt entsperren](#) [Erforderlichen Service akzeptieren](#) und [Inhalte entsperren](#)