



Assoziationsprinzip im Verkauf

1. Das Assoziationsprinzip fördert die Sympathie. Menschen, die uns ähnlich sind, die gleichen Hobbys, die gleiche Herkunft oder die gleichen Ansichten haben, sind uns sympathischer. Wir assoziieren unbewusst, dass sie so sind wie wir.
2. Nach dem Assoziationsprinzip werden Dinge, die zusammen registriert werden, unbewusst zusammengeführt. Selbst wenn sie nicht zusammengehören.
3. Wenn der Kunde den Verkäufer mit positiven Dingen verbindet, hat das einen starken Einfluss auf die Wellenlänge und die Glaubwürdigkeit.
4. Die Assoziationsstrategie funktioniert auch, wenn sich der Verkäufer mit positiven Situationen, dem positiven Image bestimmter Personen oder erfreulichen Ereignissen in Verbindung bringt. Ohne dafür selbst verantwortlich zu sein.
5. Der geschickte Verkäufer stellt eine Verbindung zwischen seiner Person und einer für den Kunden positiven Sache her.
6. Er spricht beispielsweise über Lösungen, durch die er es seinen Kunden ermöglicht, noch umweltfreundlicher, produktiver oder profitabler zu arbeiten.
7. Oder er formuliert eine Verbindung zwischen sich und seines Unternehmens, mit einem meinungsbildenden, angesagten Kunden.

„Nimm Dir Zeit zum Nachdenken, aber wenn es Zeit für Aktionen ist, dann hör auf zu denken und tu es!“

Andrew Jackson

Positive Assoziationen

- Der Profi weckt im Verkaufsgespräch möglichst viele positive Assoziationen.
- Warum ist das so wichtig? Weil es eine „elementare Abneigung gegenüber einer Person gibt, die negative Informationen Übermittelt.“ (Robert B. Cialdini). Auch wenn die Person nichts für die Negativinformation kann.
- Positive Informationen werden ebenfalls mit der Person positiv verknüpft, die sie übermittelt.
- Unangenehme Infos richten dann keinen Schaden an, wenn sie mit positiven Lösungen kombiniert werden.

„Um nach vorne zu kommen und dort zu bleiben, kommt es nicht darauf an, wie gut du bist, wenn du gut bist, sondern wie gut du bist, wenn du schlecht bist.“

Martina Navratilova