

REDLINE | VERLAG

Wiebke Lüth

KUNDEN LESEN

WIE SIE IN **DREI SEKUNDEN** WISSEN,
WIE IHR GEGENÜBER TICKT



— AUGENBLICKLICH VERKAUFEN! —

Vorwort

Vielen Dank, dass Sie dieses Buch gekauft haben oder sich haben schenken lassen. Seit vielen Jahren bitten mich die Teilnehmer meiner Face Communication Seminare, dass ich dieses Buch schreibe. Und so bin ich sehr glücklich, dass Sie heute dieses Werk in Ihren Händen halten. Es ist das Ergebnis jahrelanger Recherche, intensiver Beobachtungen und Anwendung. Und genau hier liegt für mich der Hauptfokus: Ich wollte ein Buch schreiben, das absolut alltagstauglich ist. Keine Faktensammlung für Theoretiker, sondern ein Werkzeug mit konkretem Nutzen.

Gleichzeitig war mein Wunsch, dass sich in diesem Buch jeder Leser auch selbst wiederfindet. Schließlich haben wir alle ein Gesicht, und Face Communication ist für mich vor allem auch eine Möglichkeit, dass Menschen sich selbst besser kennenlernen. Viele Teilnehmer berichten mir, dass sie sich und andere noch nie so gut verstanden haben wie während und nach den Seminartagen. Und ich erlebe es immer wieder, wie hierbei ein großartiger Wandel stattfindet: Das Wissen um ihre eigenen Stärken und den Vorteil jeder einzelnen Gesichtsstruktur hilft den Menschen sichtlich dabei, sich selbst so anzunehmen, wie sie sind.

Ich selbst bin von Face Communication absolut begeistert, das werden Sie sicherlich beim Lesen dieses Buches merken. Denn ich habe in Tausenden Fällen dieses Wissen überprüft und im Alltag finde ich an jedem einzelnen Tag heraus, dass es wirklich wahr ist: Bestimmte Gesichtsstrukturen sind verlässliche Hinweise darauf, wie ein Mensch sich verhält.

Als ich vor vielen Jahren zum ersten Mal mit diesem Wissen in Berührung kam, habe ich mir zunächst einige wenige Freunde, Bekannte und Verwandte herausgesucht, von denen ich wusste, wie ihre Gesichter aussehen und was ihre hervorstechenden Merkmale sind. Das ist ein wichtiger Tipp, den ich Ihnen für das Lesen dieses Buches mit auf den Weg geben möchte: Suchen Sie sich am besten für jede Struktur ein oder zwei Menschen, die Sie gut kennen und bei denen Sie sicher sind, dass sie dieses Gesichtsmerk-

mal haben. Denn dann werden Sie nach kurzer Zeit ebenso erstaunt wie begeistert feststellen, auf welchen Schatz Sie gestoßen sind.

Das Ziel meiner Arbeit ist es, an jedem einzelnen Tag dafür zu sorgen, dass Menschen mit sich selbst und anderen liebevoller umgehen. Und so möchte ich auch dieses Buch verstanden wissen, selbst wenn es sich um einen Ratgeber für den Businessbereich handelt. Ich bin fest davon überzeugt, dass die Verkäufer am besten sind, die sich wirklich für ihre Kunden interessieren und denen es ein echtes Anliegen ist, den Kunden optimal zu beraten und ihm das beste Produkt oder die genau richtige Dienstleistung mit Freude zu verkaufen. Wenn Sie das von mir hier wiedergegebene Wissen und die vielen Beschreibungen alltäglicher Verkaufssituationen in diesem Sinne nutzen, bin ich sicher, dass Sie noch viel erfolgreicher sein werden als bisher. Wenn wir sozusagen gemeinsam dazu beitragen, dass diese Welt ein noch schönerer, freundlicherer und positiverer Ort wird, habe ich mein Ziel erreicht.

Dieses Buch wäre nicht denkbar ohne das Feedback Tausender Teilnehmer, die sich im Laufe der Jahre für Face Communication interessiert und begeistert haben. Ihnen gebührt an dieser Stelle mein ganz besonderer Dank. Ebenso dankbar bin ich dem Team der Agentur Gorus, das mich in jeder Phase der Bucherstellung nach Kräften unterstützt hat. Dem Redline-Verlag danke ich für die Bereitschaft, sich als herausragender Wirtschafts-Verlag diesem Thema zu öffnen und es so einem breiten Publikum zugänglich zu machen. Fabelhaft fand ich die Zusammenarbeit mit Eva Schuch, der Zeichnerin. Sie hat sich voller Elan und mit großer Neugierde daran gemacht, die Gesichtsmerkmale zu verstehen, um sie dann zeichnerisch darzustellen, bis ich zufrieden war.

Ich bin außerdem sehr glücklich, dass meine Familie mich immer tatkräftig unterstützt. Ganz besonders danken möchte ich meinem geliebten Mann Marc, ohne den dieses Buch nicht erschienen wäre. Auch unseren Kindern Helen, Robin, Delia und Jenny gebührt mein herzlicher Dank, denn sie haben sich immer gerne zur Verfügung gestellt, wenn ich sie zur Überprüfung ihre Gesichtsstrukturen genau analysiert habe.

Nun wünsche ich Ihnen viel Freude beim Lesen und mindestens genauso viele Aha-Effekte, wie ich sie im Laufe der Jahre immer wieder selbst ge-

habt habe und weiterhin habe. Genießen Sie das neue Verständnis für sich selbst und Ihr Gegenüber.

Wiebke Lüth

Tutzing am Starnberger See, Juli 2012

Einleitung: Auf einen Blick

Treffpunkt am Grill, eine ganz normale Gartenparty: Ein laues Lüftchen weht, die Glühwürmchen tanzen am nahen Waldrand um die Gunst der Weibchen und auf dem Grill werden Steaks, Würstchen und frisches Gemüse für den Verzehr vorbereitet. Drum herum zwanzig gut gelaunte Partygäste, die sich fröhlich unterhalten. In dieser Situation macht sich Joachim an Petra ran, die etwas abseits steht. Doch das ist ihr viel zuforsch. Sie weicht zurück, zieht die Augenbrauen noch höher und deutet damit ganz klar an: Halt Abstand!

Dort drüben stehen Bert und Patrick und fachsimpeln über Fußball: »Quatsch, das schafft die Borussia niemals, die Bayern plattzumachen«, prahlt Bayernfan Bert. Da stellt Patrick erst mal den Kragen seines Pullovers hoch und kontert ganz souverän: »Das werden wir mal ganz entspannt abwarten, du wirst schon sehen.«

Ganz angeregt plaudern dagegen Monika und Klaus: »Oh ja, eine Dschungeltour durch Peru, das wollte ich immer schon mal machen«, zeigt sich die Steuerberaterin von der Abenteuerlust des Managers beeindruckt. Sie hat sich an diesem Abend die Wangenknochen mit Rouge auffällig rot geschminkt, was Klaus auch gleich ins Auge fiel, als er zur Party kam. Er schätzt es sehr, wenn Frauen ihr Aussehen verwegen betonen.

Ein wenig unglücklich wirkt der schmallippige Alex, der mit Horst zusammen den Dienst am Grill übernommen hat. Denn Horst trägt an diesem Abend mal wieder das Herz auf den Lippen, er kommt von Hölzchen auf Stöckchen und textet Alex im wahrsten Sinne des Wortes zu. Der Redeschwall scheint nicht zu enden, und das Grillgut ist noch lange nicht fertig. Dabei reiht

sich ein Thema ans andere. Horst kommt von der detaillierten Beschreibung seines Mallorca-Urlaubs über das ach so spannende Erlebnis beim Sommerreifenwechsel zum frischen Geschmack selbst gezüchteter Tomaten.

Schräg gegenüber stehen Clarissa und Christoph. Die Aerobic-Trainerin klebt förmlich an seinen Lippen, während der gut gebaute Mathelehrer von seinem allmorgendlichen Fitness-Programm erzählt: »Weißt du, ich mache zuerst 80 Klimmzüge für Deutschland und zähle dabei alle Städte mit über 100.000 Einwohnern auf, anschließend folgen 400 Sit-ups und meist bleibt dann noch die Zeit für 60 bis 70 einhändige Liegestützen – je nach Tagesform.« »Was für eine Disziplin«, denkt sich die 32-Jährige, »und kein Wunder bei so einem energischen Kinn.«

Dem Gesicht auf der Spur

Was sich hier abspielt, beginnt wie ein spannender Abenteuerroman – zumindest für jemanden, der sich mit Gesichtsstrukturen und den damit verbundenen Verhaltensweisen auskennt. Denn so wie Winnetou in den Spuren liest, lassen sich auch Gesichter anderer Menschen lesen. Was sagen die breiten Nasenflügel und was bedeutet es, wenn ein Mensch eng zusammenstehende Augen hat? Ist es wirklich ein Unterschied, ob die Augenlider gut sichtbar sind, und wie gerade oder schräg die Stirn ist?

Wo uns in alltäglichen Situationen Intuition und Sprichwörter einen ersten Hinweis geben, lässt sich mit ein bisschen Know-how und Übung eine echte Schatzkammer entdecken. Nehmen Sie die Fährte auf und folgen Sie der frischen Spur!

Entschlüsseln Sie die Symbole

Wie gut können Sie sich noch an die Zeit erinnern, als Sie nicht einmal eine Idee hatten, was Buchstaben bedeuten? Sie konnten damals schon re-

den, haben Sprache wie selbstverständlich angewandt, aber Lesen konnten Sie noch lange nicht. Bücher waren ein Rätsel – es sei denn, es waren Bilderbücher. Wie viel Faszination muss es damals auf Sie ausgeübt haben, wenn Ihre Eltern oder jemand anders gemeinsam mit Ihnen ein Märchenbuch zur Hand nahm und den seltsamen Symbolen auf erstaunliche Weise Leben einhauchte.

Vermutlich erging es Ihnen damals wie den meisten Menschen: Sie wollten selbst dieses unglaublich großartige Können erwerben, die Symbole entschlüsseln und Buchstaben und Wörter lesen und verstehen können. Denn was ließe sich damit alles entdecken!

Der Kunde – das rätselhafte Wesen

Heute arbeiten Sie als Verkäufer, oder Sie haben als Experte eines bestimmten Fachgebiets oder als Manager häufig mit Kunden zu tun. Vielleicht haben Sie manchmal im Umgang mit anderen Menschen ein ähnliches Gefühl wie damals, als Sie lesen lernten. Sie verstehen zwar, dass diese unterschiedlich reagieren, aber Sie wüssten gerne, ob Sie vorher einschätzen können, wie sich der Kunde später im Verkaufsgespräch verhält. Mit Menschenkenntnis allein ist es nicht getan. Und auch die Devise »Grundsätzlich erst einmal abwarten«, hilft Ihnen nicht weiter.

Denn hier ist dieser Kunde, der sehr interessiert an dem Produkt erscheint, Fragen stellt und sich auch der Informationsbroschüre mit großer Intensität widmet. Plötzlich zögert er jedoch beim Abschluss und verlässt den Laden mit einem »Ich überleg mir das noch mal.« Kurze Zeit später kommt ein anderer Kunde ins Geschäft. Dieser kauft ungesehen das erstbeste Produkt, das Sie ihm als Verkäufer empfehlen – keine Nachfrage, kein Katalog. Ja, manchmal geht es sogar so schnell, dass Sie den Kunden kaum richtig begrüßen können.

Es wäre am einfachsten, wenn Sie den Kunden fragen könnten, was er gerne hätte: »Sagen Sie mal, sind Sie eigentlich 'ne Plaudertasche?«, »Soll ich Ihnen emotional oder eher sachlich verkaufen?« oder sogar: »Sind Sie ein roter, grüner oder ein blauer Typ? Falls Sie sich in diesem Schema nicht auskennen, habe ich hier einen kurzen Fragebogen vorbereitet, den

Sie bitte ausfüllen, damit ich Sie solide zuordnen und dann richtig bedienen kann.« – Doch all diese Fragen können Sie dem Kunden nicht allen Ernstes stellen.

Viele Verkäufer helfen sich derweil, indem sie ein buntes Gemisch aus persönlichen Vorlieben und verschiedenen Strategien bilden. Sie mischen einige Fakten zu dem Produkt mit ein paar Argumenten aus den Verkaufsunterlagen des Herstellers und runden dies mit einer kleinen persönlichen Anekdote ab. So haben diese Verkäufer das Gefühl, dass sie es jedem recht machen können. Im Alltag erweist sich diese Strategie als ungeeignet, weil sie alle Kunden über einen Kamm schert. Auch alle anderen standardisierten Tipps, wie »Reden Sie nur halb so viel wie Ihr Kunde« oder »Bleiben Sie immer möglichst sachlich« bringen Sie nicht bei jedem Kunden weiter. Passen Sie sich immer wieder an die einzelnen Kunden an und verkaufen Sie damit wirklich erfolgreich.

Werden Sie ein Menschenkenner

Als Verkäufer dürfen Sie ein Menschenkenner sein. Dieses Buch unterstützt Sie dabei, Ihre Fähigkeiten und Ihr Wissen in einzigartiger Weise zu erweitern. Sie erfahren, dass Sie ein Verkaufsgespräch planen können, ohne überhaupt mit dem Kunden ein Wort gewechselt zu haben. Sie lernen mit wenigen Blicken zu verstehen, wie Ihr Kunde angesprochen werden möchte und wie Sie ihn am besten zum Abschluss bringen. Sie werden ein Profi darin, augenblicklich zu verkaufen. Das mag sich für Sie jetzt noch wie ein Traum anhören, aber Sie lernen hier ein erprobtes Prinzip kennen, das sich im Alltag bewährt hat.

Mehr Kunden, mehr Umsatz, mehr Gewinn – die ultimative Erfolgsformel des Verkaufs. Gibt es da noch etwas, was wichtiger sein kann? Ich meine ja! Es stimmt, wir alle dürfen darauf achten, dass wir am Ende des Tages genug verdient haben, um gut zu leben und die Menschen zu unterstützen, die uns wertvoll sind. Doch dieses Buch würde am Ziel vorbeischießen, wenn es einfach nur auf ein bisschen mehr Profit ausgerichtet wäre. Vielmehr unterstützt es Sie dabei, Ihre Kunden von Anfang an besser zu verstehen, flexibler zu beraten und individuell passender zu betreuen. Dass Sie dadurch auch mehr Abschlüsse erzielen, ist eine erfreuliche »Nebenwirkung«.

Ihr Kunde ist die Nummer eins

Als Verkäufer stehen Sie unter Druck: Die Produkte müssen raus, Provisionen wollen verdient sein. Nicht zuletzt Ihr eigener Ehrgeiz mag ein Ansporn für Sie sein, immer schneller, immer mehr zu verkaufen. Doch halten Sie kurz inne. Hier lernen Sie keinen billigen Verkaufstrick oder die neueste Überrumpelungsmasche für die Drückerkolonne. Sie schaffen für sich ein neues Fundament für die Erfolge, die Sie in Zukunft haben werden.

Ihr Ziel ist es doch, Ihren Kunden in jeder Hinsicht optimal zu betreuen. Sie ermöglichen ihm ein herausragendes Einkaufserlebnis. Je besser Sie dabei werden, desto langfristige Kundenbeziehungen bauen Sie auf und desto höher wird selbstverständlich auch Ihre Weiterempfehlungsquote. Das Verständnis füreinander schafft Freude und Freunde.

Face Communication – eine geheime Wissenschaft?

In diesem Buch werden Sie auf unterhaltsame und leicht zu erinnernde Weise erfahren, wie bestimmte Gesichtsmerkmale auf das Verhalten eines Kunden schließen lassen. Vielleicht klingt das für Sie noch seltsam, allerdings haben schon die alten Ägypter Face Communication genutzt, um Positionen in ihrer Hierarchie richtig zu besetzen. Dieses Wissen ist über die Jahrhunderte hinweg überliefert worden. Es war allerdings nicht sehr weit verbreitet, fast könnte man es als eine geheime Wissenschaft bezeichnen. In den vergangenen 150 Jahren tauchte das Thema dann immer wieder in verschiedenen Zusammenhängen auf und es wurde konsequenter erforscht. Heute beschäftigen sich Menschen auf dem ganzen Globus mit der Physiognomie, der Wissenschaft um die menschlichen Gesichtszüge. Es werden unterschiedliche Schwerpunkte gelegt und die Faszination des Themas sorgt dafür, dass dieses Wissen ständig erweitert und ergänzt wird.

Bei Face Communication geht es nicht um die Mimik oder die Haltung des Kopfes in bestimmten Gesprächssituationen. Im Mittelpunkt stehen überwiegend unveränderliche Gesichtsmerkmale und das damit in Verbindung stehende Verhalten. Es sind faszinierende Erkenntnisse, die vor Ihnen liegen, und die Erfahrung, die ich selbst immer wieder mache, ist: Menschen sind

schlichtweg begeistert davon, dass jemand, der sie nicht einmal kennt, in ihrem Gesicht liest wie in einem Buch. Das ist das Geheimnis von Face Communication, und Sie sind auf dem besten Weg, dass es für Sie kein Geheimnis mehr bleibt.

Ein kurzer Rückblick

Von den Ägyptern ist überliefert, dass sie die Köpfe der Säuglinge gezielt formten, um bestimmte Merkmale hervorzuheben. Auch von den Maya ist dieses Vorgehen bekannt, und es existieren sogar Zeichnungen der entsprechenden Vorrichtungen. Gemeinsam ist beiden Kulturen, dass sie sich bemühten, ihren Nachkömmlingen möglichst ausgeprägte Hinterköpfe zu gestalten. Bei den Maya kam eine Vorliebe für eine möglichst schräge Stirn hinzu. Es sind nicht allzu viele Details darüber bekannt, warum dies als erstrebenswert galt. Viele Wissenschaftler vermuten, es handelte sich um Schönheitsideale, und es ist überliefert, dass der ausgeprägte Hinterkopf die Fähigkeit unterstützen sollte, Visionen zu entwickeln.

Es gab also schon vor Jahrtausenden ein Wissen darüber, dass es einen Zusammenhang zwischen der Kopfform und dem Verhalten eines Menschen gibt. So sollen zum Beispiel die Römer Feldherren mit sehr breiten Kiefern und einem ausgeprägten Kinn bevorzugt haben. Dies stand schon damals für große Autorität und Durchsetzungsfähigkeit, ein weiteres interessantes Beispiel dafür, wie Face Communication sich auch für die Wahl des passenden Berufs sehr gut einsetzen lässt. Auch wenn Sie Ihre Feldzüge nur im Business führen, profitieren Sie von diesen Erkenntnissen.

Sogar Präsident Lincoln ließ sich beraten

Eine Blütezeit erlebte die Lehre über die Gesichtsstrukturen und das damit in Zusammenhang stehende Verhalten des Menschen im 19. Jahrhundert. Alle Menschen, die etwas auf sich hielten, und in Europa oder Amerika lebten, nutzten damals das Wissen der Experten. Sogar der amerikanische Präsident Lincoln ließ sich und sein gesamtes Kabinett in Bezug auf Gesichtsstrukturen analysieren. Ende des 19. und Anfang des 20. Jahrhunderts machte sich der deutsche Carl Huter mit seinen Forschungs-

arbeiten zur Phrenologie einen Namen. Im 20. Jahrhundert waren es vor allem die Amerikaner, Elizabeth und Robert Whiteside sowie ihr Sohn Daniel Whiteside, die mit umfangreichen empirischen Forschungen und zahlreichen Veröffentlichungen die moderne Lehre um die Gesichtsstrukturen fortsetzten.

Face Communication bezieht sich auf genau festgelegte Gesichtsstrukturen, die bei den meisten Menschen ab dem Erwachsenenalter ein Leben lang gleich bleiben, Merkmale, die bei jedem Menschen in einzigartiger Weise ausgeprägt sind. Bedeutet das nun, dass ein bestimmtes Gesichtsmerkmal ein bestimmtes Verhalten zur Folge hat? Oder hat ein bestimmtes Verhalten zur Folge, dass jemand dieses Gesichtsmerkmal bekommt? In einer Ursache-Wirkungsrelation scheinen diese Dinge nicht zu stehen.

Was sich heute sagen lässt, ist, dass ein bestimmtes Verhalten signifikant häufig bei Menschen auftritt, die über die entsprechende Gesichtsstruktur verfügen. Umfangreiche empirische Forschungen ergeben hier Übereinstimmungen jenseits von 98 Prozent. Da ist es schon fast erstaunlich, dass dieses Wissen nicht zur Allgemeinbildung gehört. Und dennoch tut es das auf interessante Weise: Wir Menschen scheinen bestimmten Gesichtszügen ganz automatisch ein bestimmtes Verhalten zuzuordnen.

Selbst Walt Disney kannte sich aus

Wer sich intensiver mit Face Communication beschäftigt, findet überall Beweise dafür, dass dieses Wissen zumindest intuitiv über lange Zeit hinweg weitergegeben worden ist und auch heute noch ganz automatisch in verschiedenen Bereichen berücksichtigt wird. So werden einige Gesichtsstrukturen in Sprichwörtern und Redewendungen behandelt wie »schmallippig«, »engstirnig«, »energisches Kinn« oder »sein Herz auf den Lippen tragen«. Auch Comics und Zeichentrickfilme nehmen hierauf Bezug.

Denken Sie etwa an die hervorstehende Kinnpartie der Feldherren bei Asterix und Obelix oder an die Augenbrauen vieler dramatischer Darsteller in Walt Disneys Zeichentrickfilmen. Auch in Bezug auf die Gesichtsbreite und andere Merkmale, die Sie in diesem Buch kennenlernen,

werden Sie in vielen Comics und Zeichentrickfilmen Parallelen finden. Ähnliches gilt auch für Theaterstücke und Spielfilme. Und einige Schauspieler bekommen nicht zuletzt aufgrund ihrer Gesichtsstrukturen immer wieder ähnliche Rollen.

Je intensiver Sie sich mit Face Communication beschäftigen, desto mehr Übereinstimmungen und Hinweise fallen Ihnen auf. Es ist wie das Eintauchen in eine neue Welt. So wie Sie als Kind irgendwann begonnen haben, erst Buchstaben, dann ganze Wörter, danach Sätze und schließlich ganze Bücher zu lesen, so werden Sie in diesem Buch Schritt für Schritt dahin geführt, im Gesicht anderer Menschen wie in einem Buch zu lesen.

Seien Sie bereit für Neues

Wenn Sie alles so weitermachen wie bisher, werden Sie keine anderen Ergebnisse erreichen – das ist wohl jedem klar. Doch wer neue Wege beschreitet, muss sich erst einmal an das eigenartige Gefühl gewöhnen, das das Neue vermittelt. Letztlich macht es das ja zu neuen Wegen. Es geht nicht darum, dass Sie als Verkäufer alles über Bord werfen, was Sie je gelernt haben, sondern um die Frage: Sind Sie aufgeschlossen und flexibel genug, etwas wirklich Neues, Aufregendes und fundamental anderes kennenzulernen und in Ihren Verkaufsalltag zu integrieren?

Sie hätten dieses Buch nicht gekauft oder zur Hand genommen, wenn Sie diese Frage mit nein beantworten würden. Im Gegenteil! Vermutlich freuen Sie sich sogar darauf, endlich frischen Wind in Ihren Alltag zu bringen, um damit einzigartig zu werden. Das Verlassen vorhandener Denkmuster und das Ausprobieren des Unbekannten waren schon immer die Schlüssel zum Erfolg.

In drei Sekunden zum Erfolg

In diesem Buch werden 15 verschiedene Gesichtsstrukturen vorgestellt. Diese folgen der Logik, dass wir bei der Beobachtung des Gesichts eines anderen Menschen oft eine ganz natürliche Reihenfolge einhalten. So

schauen wir einem Gegenüber zunächst einmal in die Augen, dann geht der Blick über die Nase zum Mund und Kinn, und danach nehmen wir die Breite des Gesichts auf Höhe der Augen, Wangen und des Kiefers wahr. Damit verschaffen wir uns einen Überblick. In dieser Reihenfolge sind die Gesichtsstrukturen für Sie hier beschrieben.

Um die wichtigen Gesichtsmarkkmale bei der Begrüßung eines Kunden sofort zu erfassen, genügen Ihnen drei Sekunden:

- 1. Sekunde: Ihr erster Blick fällt auf die Augenpartie und Stirn.
- 2. Sekunde: Jetzt wandern Ihre Augen weiter zu Nase und Mund.
- 3. Sekunde: Zum Abschluss beobachten Sie die Wangenknochen, das Kinn und den Kiefer Ihres Kunden.

Das alles scheint nur auf den ersten Blick viel zu sein. Mit etwas Übung werden Sie immer schneller in der Beobachtung. Oft reicht es dann sogar, den Kunden nur einmal kurz anzuschauen und sich auf die zwei bis drei auffälligsten Merkmale zu konzentrieren, die Ihnen direkt ins Auge fallen. Und schon wissen Sie genau, wie dieser Käufer am liebsten von Ihnen bedient werden möchte.

Es bereitet sehr viel Freude, innerhalb des Verkaufsteams oder im privaten Umfeld mit anderen Menschen den gezielten Austausch über Gesichtsstrukturen zu suchen. Denn gemeinsam lässt sich noch viel schneller herausfinden, wie zutreffend die neuen Erkenntnisse sind.

Lernen Sie auch anders herum

Auf dem Weg, ein Kenner der Gesichtsstrukturen zu werden, können Sie auch genau anders herum vorgehen: Sie nutzen Verkaufsgespräche dafür, auf ein auffälliges Kommunikationsverhalten zu achten. Vielleicht fragt jemand extrem viel nach, oder ein anderer Kunde erzählt ausführlich von persönlichen Erlebnissen. Sie prüfen daraufhin, ob dieser Kunde auch die entsprechende Gesichtsstruktur hat. Das macht viel Spaß, denn es führt zu erstaunlichen Ergebnissen. »Der hat

ja wirklich das Gesichtsmerkmal, das für dieses Verhalten steht«, werden Sie dann immer wieder feststellen.

Während des Lesens ist es außerdem hilfreich, wenn Sie sich einen Freund, Verwandten oder Bekannten vorstellen, bei dem das jeweilige Gesichtsmerkmal besonders stark ausgeprägt ist. Je besser Sie diesen Menschen und sein Verhalten kennen, desto leichter wird es Ihnen fallen, das in diesem Buch gezeigte Kommunikationsverhalten zu erkennen.

Achten Sie auf deutlich sichtbare Merkmale

Die Gesichtsmarkmale sind nicht bei jedem Menschen gleich deutlich ausgeprägt. In den folgenden Kapiteln lernen Sie jeweils die Extreme kennen. Das bedeutet nicht, dass diese Strukturen im Alltag nur in dieser extremen Ausprägung zu beobachten sind, aber indem Ihnen das Verhalten eines Menschen erklärt wird, bei denen die jeweilige Struktur sehr deutlich sichtbar ist, fällt es Ihnen im Alltag noch viel leichter, diese wiederzuerkennen.

Wenn Sie einen anderen Menschen beobachten, werden Sie feststellen, dass Ihnen sehr oft zwei oder drei besonders hervorstechende Merkmale auffallen. Dies sind in einem Verkaufsgespräch genau die Strukturen, die Sie am stärksten ansprechen bzw. auf die Sie am deutlichsten reagieren sollten. Das Besondere an Face Communication ist ja eben, dass es trotz der eindeutigen Kategorisierung der Merkmale eine unglaubliche Vielfalt möglicher Kombinationen gibt. Denn jeder Mensch ist einzigartig.

Folgende Frage können Sie sich immer wieder stellen, um auf dem richtigen Weg zu bleiben: »Welche Struktur spricht da gerade?« Mit ein wenig Übung wird es dann ganz leicht für Sie sein, in der jeweiligen Gesprächssituation genau richtig zu handeln.

Jeder Mensch hat nur Stärken

Besonders wichtig: Face Communication basiert auf dem Prinzip, dass die Verhaltensweisen eines Menschen völlig wertfrei gesehen werden.

Es geht es nicht darum, ein Schubladendenken zu unterstützen oder gar Menschen aufgrund ihrer Gesichtszüge abzuqualifizieren und bewusst auf mögliche Schwächen abzielen!

Face Communication kann und will nicht in Brauchbar und Unbrauchbar, Gut und Schlecht unterteilen, sondern Ihnen unzählige frische Möglichkeiten aufzeigen, wie Sie und Ihr Gegenüber besser miteinander umgehen können. Und das gerade dadurch, dass die jeweiligen Besonderheiten und unterschiedlichen Verhaltensweisen uneingeschränkte Wertschätzung erfahren. Das gilt natürlich insbesondere für Ihre Kunden. Mit dem Verständnis für die Person, die Ihnen gegenübersteht, kommt auch der Respekt. Von festgefahrenen Vorstellungen, liebgewonnenen Ausreden und steinalten Feindbildern können Sie sich also einfach verabschieden. Es gibt nur gute Kunden!

Werden Sie zum Meister

Der Vorteil für Sie als Face Communicator: Wenn eine Situation gut verläuft, können Sie die Gründe dafür erkennen und weitergeben. Glück ist kein Zufall mehr, sondern wird zur angenehmen Routine. Beim nächsten Mal sorgen Sie bereits verstärkt für die Zufriedenheit der Kunden – und für Ihre eigene natürlich auch: »Jetzt habe ich ja schon ganz viel richtig gemacht – und ich weiß auch warum!«

Mit der Meisterschaft in Sachen Face Communication sieht es ähnlich aus. Auch auf diesem Feld ist Übung der einzig wahre Weg zur Meisterschaft. Dieses Üben macht Spaß, schon in den ersten Situationen werden Sie erstaunliche Erfolgserlebnisse haben. Freuen Sie sich darauf!

Mehr als nur Verkaufen

Face Communication öffnet Ihnen die Augen – und weckt Ihre Neugier: Das gilt nicht nur für die nächste Begegnung im Geschäft oder am Beratungstisch, am Bankschalter, beim Autokauf, beim Schuhe-Shoppen oder im Business-Meeting –, sondern für buchstäblich jede Begegnung mit allen Menschen, mit denen Sie sonst noch zu tun haben. Vor allem auch dann, wenn Sie selbst Kunde sind und darauf achten, wie Ihr Verkäufer agiert.