

DAS INTERVIEW

„KANN IHRE INTERNETSEITE VERKAUFEN?“



Sibille Greiner, Inhaberin der Münsteraner Design-Schmiede „EIN-DESIGN“ setzt auf Expertenwissen für die Internetseiten Ihrer Kunden.

Frau Greiner, ein Verkaufstrainer und eine Designerin, wie passt das zusammen?

Sibille Greiner: Während meines gesamten Studiums habe ich viel über Schriften, Farben, Größenverteilung und vieles mehr gelernt. Irgendetwas aber fehlte mir immer. Was bringt meinem Kunden der schönste Flyer, wenn der Betrachter nicht direkt in Handlung kommt. Das heißt, das beste Design reicht alleine nicht aus. Es fehlt eine Komponente, nämlich die der angewandten Verkaufspsychologie. Und wer beherrscht diese besser als ein Verkaufstrainer. Also suchte ich mir Einen, der sich auskennt.

Warum dann Michael Huger? Welche Kriterien erfüllt er?

Sibille Greiner: Michael ist ein Meister der Überzeugungspsychologie. Er ist NLP-Trainer, coacht Verkäufer in ganz Deutschland und hat eine Begabung, die ich so noch nie bei jemandem bemerkt habe. Er nimmt einen Satz auseinander, begibt sich in die Meta-Ebene und überprüft, was die einzelnen Wörter bewirken. Was dann an Ihre Ohren gelangt, lässt Sie Bauklötze staunen. Und anschließend sagen Sie: „Ja Wahnsinn, stimmt“. Er hat mal zu mir gesagt, dass die meisten Verkäufer

unwissend den Kunden in den Widerstand bringen. Wenn sie im Widerstand sind, kaufen sie aber nicht. Die Kunden erwähnen dann, sie müssten nochmal eine Nacht darüber schlafen. Das kennen wir alle. Also muss es das Ziel sein, die Kunden gar nicht erst in den Widerstand zu bringen. Das kann er. Unsere Online-Verkäufer können das auch... Widerstand zwecklos – kennt man doch von Star Trek.

Ist das nicht manipulativ?

Sibille Greiner: Ein Flyer, eine Broschüre oder eine Internetseite macht man, um einen bestimmten Zweck zu erfüllen. Letztendlich geht es meistens darum, sich oder sein Produkt gefällig zu machen. Die Grundabsicht hinter Werbung ist ja genau diese, denn es soll ja etwas gekauft werden.

Ehrlichkeit steht bei mir an erster Stelle. Ich mache nichts für meine Kunden, was ethisch nicht korrekt ist. Unser Gehirn kauft immer dann, wenn bestimmte psychologische Trigger angesprochen wurden. Leider bleibt das in der Werbung oftmals auf der Strecke. Nehmen wir mal ein Beispiel: Sie kaufen keine Waschmaschine mit besonderen technischen Feinheiten – Sie möchten weiße Wäsche. Das ist entscheidend.

Und das bringen Sie jetzt alles in eine Internetseite?

Sibille Greiner: Um einen Kunden in Handlung zu bringen, egal ob es um einen Anruf oder einen Kauf geht, bedarf es, psychologisch betrachtet, eines bestimmten Inhaltes. Ansonsten macht das Gehirn nichts, d.h. das Gehirn erkennt den Sinn nicht oder den möglichen Nutzen und klickt weg. Worst case: Interessent verloren.

Viele Internetseiten holen den Kunden gar nicht ab und gehen nicht auf ihn und seine Bedürfnisse ein. Wer fühlt sich schon herzlich willkommen, nur weil auf der Startseite „Herzlich Willkommen“ steht?

Die Homepage, die wir für unsere Kunden machen, ist so aufgebaut, dass dessen Kunden sich angesprochen fühlen. Im Unterbewusstsein werden, wissenschaftlich bewiesen, die Entscheidungen getroffen.

Was haben Ihre Kunden davon?

Sibille Greiner: Einen Top-Verkäufer. Eine Art Gentleman, den man sich als Kunde wünscht – jemand, der uns ein gutes Gefühl gibt, der uns nicht über Phrasen und Behauptungen in den Widerstand führt.

Das heißt, dass wir eine Homepage erarbeiten, bei der jedes noch so kleinste Detail sitzt und die meisten Interessenten unweigerlich in das Gefühl bringt unbedingt in Handlung zu kommen. Das ist ja der ursprüngliche Sinn einer Internetseite, dass man ein Unternehmen kennenlernt und vor lauter Begeisterung schreibt oder anruft.

Kann man sich das denn leisten?

Sibille Greiner:

Das ist nicht die Frage. Kann es sich ein Unternehmer leisten, nicht das Beste für sich, seine Mitarbeiter und seine Familie rauszuholen. Er ist in der Verantwortung. Jede Internetseite, egal, wie teuer sie ist, ist nichts wert, wenn sie nicht in kürzester Zeit das Geld, welches sie gekostet hat wieder reinbringt. Das ist ja grundsätzlich das Problem mit den Internetseiten und den Preisen. Da die meisten Seiten nur aus zusammengeführten Bildern und Texten bestehen, sind diese für den Unternehmer auch nichts wert und kosten, je nach Aufwand natürlich auch nur ein oder zweitausend Euro - also am Besten sehr wenig. Größere Agenturen nehmen mehr, das bringt dem Unternehmen aber auch nichts.

Ich sehe eine Homepage eher als eine der wichtigsten Investitionen und diese muss schnellstmöglich einen ROI (Return on investment) erzielen. Ein gut ausgebildeter Verkäufer kostet sicherlich mindestens ab 70.000 Euro aufwärts im Jahr. Und diese muss er ja dem Unternehmen mindestens wieder zurückbringen.

Vielen Dank für dieses Interview. Möchten Sie abschließend noch etwas sagen?

Sibille Greiner: Vielen Dank. Sehr gerne. Wissen Sie, letztendlich ist das alles vergleichbar mit einem Autorennen. Wenn Sie gewinnen möchten, muss alles passen, und zwar 100 %ig und dann kommt man auch als Sieger ins Ziel. Wir wollen, dass unsere Kunden Rennen gewinnen. Das ist meine Motivation.