

# Cheat Sheet: Die verschiedenen Persönlichkeitstypen und wie Du sie überzeugst

Im Artikel hast Du ja bereits erfahren, welche Persönlichkeitstypen bzw. welche Farben es gibt. In diesem Cheat Sheet zeigen wir Dir, wie Du im B2B-Vertrieb welchen Charakter überzeugst.

## Rote Menschen...und wie Du sie überzeugst

Rote Menschen bzw. "der dominante Typ" übernehmen gerne Verantwortung, halten sich am liebsten an ihre eigenen Regeln und handeln impulsiv. Sie lieben schnelle Entscheidungen und Action; in Diskussionen werden sie auch gerne einmal lauter, unterbrechen andere oder halten zumindest ihre Meinung nicht lange zurück. Rote Menschen streben häufig nach Macht und Einfluss – das heißt, sie scheuen keine Hindernisse oder Konkurrenz, sondern fühlen sich angespornt, sich so lange festzubeißen, bis sie bekommen, was sie wollen.

Du wirst Personen mit einem hohen "Rotanteil" häufig in Führungs- oder Entscheiderpositionen wiederfinden. Im direkten Gespräch fallen sie am ehesten mit einer deutlichen Wortwahl, starker Stimme und einem kurzen Geduldsfaden auf.

### Wie überzeugst Du rote Persönlichkeiten?

Du ahnst es schon: Die dominanten Typen überzeugst Du nicht mit Unsicherheit, Geflüster und vielen "ähms". Das bedeutet nicht, dass nur Extrovertierte bzw. andere "Rote" mit dominanten Typen verhandeln können! Alles ist erlernbar. Und jetzt, wo Du weißt, wie Rote ticken, hast Du einen Anhaltspunkt.

Expertise und Souveränität werden Dir helfen, rote Typen zu überzeugen. Wenn Du es schaffst, den Geltungsdrang Deines roten Gegenübers zu triggern und ihn oder sie zu begeistern, stehen Deine Chancen gut. Dafür musst Du meist nicht im Detail auf Feinheiten und Features eingehen. Sprich dominante Persönlichkeiten mit inhaltlichen UND emotionalen Benefits an!

Beispiel 1: "Mit unserem Tool gewinnen Sie X Prozent mehr Kunden und Ihr Business wird explodieren!"

Beispiel 2: "Dieses Handy ist das allerneuste Modell. Einzigartig im Design, neuste Technologie...mit diesem Smartphone spielen Sie ganz oben mit!"

Wie Du siehst, ist es wichtig, hier nicht nur kurz zu zeigen, was Dein Gegenüber vom Produkt erwarten kann, sondern auch, welche seiner oder ihrer Grundbedürfnisse (Anerkennung, Macht) befriedigt werden.

## **Blaue Menschen...und wie Du sie überzeugst**

Bei blauen Persönlichkeiten oder gewissenhaften Typen erwarten Dich organisierte, durchgeplante und detailverliebte Menschen. Eine oder ein "Blauer" plant gerne, achtet auf Qualität und Genauigkeit. Er analysiert, arbeitet gewissenhaft und auch mal lieber für sich alleine ohne ein Team, sodass er oder sie sich ohne Unterbrechung auf seine Aufgabe konzentrieren kann.

Gewissenhafte Persönlichkeiten informieren sich ausführlich, wägen ab und denken gründlich nach, bevor sie Entscheidungen treffen. Das heißt, im Austausch könnten Dir blaue Menschen viele Detailfragen stellen, weitere Informationen wünschen, sich Notizen machen und Bedenkzeit brauchen.

## Wie überzeugst Du blaue Persönlichkeiten?

Prestige, Ansehen und Macht zündet bei "Blauen" nicht, wie es bei den Roten der Fall war. Was beim B2B-Sales mit blauen Charakteren zählt sind Fakten, Fakten, Fakten. Was kann die Lösungen, wie lange kann sie das, wer sind die bisherigen Kunden, sind diese zufrieden, was bringt mir diese Lösung und überhaupt und sowieso.

Gewissenhafte Menschen überzeugst Du am ehesten mit der gleichen Gewissenhaftigkeit. Wenn sie merken, dass Du Deinen Job ernst nimmst, sie ausführlich und fachmännisch berätst und Du Zeit investierst, sie über jedes Detail aufzuklären, werden sie Dir und Deinem Produkt oder Deiner Dienstleistung wohlgesonnen gegenüberstehen. Am ehesten überzeugst Du sie am Ende dann mit Fakten und Vorteilen.

Beispiel 1: "Unsere Software hilft Ihnen, zeitsparend und effektiv zu arbeiten. Sie kümmern sich um das Wesentliche, unsere Software hält Ihnen mit ausgeklügelten Algorithmen den Rücken frei. Selbstverständlich prüft unser Qualitätsmanagement das Tool ständig und mit Servern in Deutschland gehen Sie auf Nummer sicher."

Beispiel 2: "Ja, der Multifunktionsrucksack ist wasser- und reißfest. Die Materialien sind allesamt aus nachhaltigen Stoffen gewonnen und können 100% biologisch abgebaut werden. Sie haben eine 5-jährige Garantie und bei Stiftung Warentest überzeugte unser Rucksack ebenso."

Hier darfst Du ruhig mehr Worte verlieren und in die Tiefen Deines Produkts, der Idee/Technologie dahinter und auf eure Standards eingehen. Das Grundbedürfnis blauer Menschen – Gewissenhaftigkeit und Qualität bzw. das Gefühl, das Beste ausgewählt zu haben – kannst Du so am besten triggern.

## Gelbe Menschen...und wie Du sie überzeugst

Gelbe Persönlichkeiten sind die Klassenclowns in der Persönlichkeitslehre. Sie nennt man auch initiative Typen, weil sie begeisterungsfähig sind, gerne im Mittelpunkt stehen und am liebsten viele Menschen um sich scharen. Die Gelben sind Kommunikatoren, die nicht besonders viel Wert auf Details und konkrete Pläne legen. Sie handeln lieber aus dem Bauch heraus, versprühen positive Vibes und unterhalten ihre Umgebung.

Gelbe Menschen sind in der Regel sehr freundlich und umgänglich und immer für einen Plausch zu haben. Auch im B2B-Sales triffst Du auf gelbe Personen – vermutlich auch recht viele sogar! Als kleine Entertainer haben viele VertrieblerInnen einen relativ hohen Gelbanteil und freuen sich auf viele Gespräche. Die Frage ist nur: Wie gehst Du mit gelben Entscheidern bzw. Gesprächspartnern um?

### Wie überzeugst Du gelbe Persönlichkeiten?

Nein, gelbe Charaktere kriegst Du nicht mit Fakten, Features oder Prestige. Ihnen ist es wichtig, eine gute Zeit zu haben und ein cooles Produkt oder eine trendy Dienstleistung für eine NOCH BESSERE Zeit zu ergattern.

Mit etwas Humor, Spontanität und Ideenreichtum köderst Du gelbe Typen gerne. Probiere etwas, was aus der Reihe tanzt und lade einen gelben Entscheider beispielsweise zu einem lockeren After Work-Event ein oder zu einem besonderen Online Happening wie etwa einem digitalen Wein-Tasting oder ähnlichem. Gelbe Menschen schreiben den Entertainment-Faktor groß und werden daher nicht unbedingt mit einem faden Cold Call angelockt.

Beispiel 1: „Ja, genau, wir sind dieses Start-up, das Ihnen im Abonnement jeden Monat diverse Business-Outfits passend zu Ihrer Persönlichkeit liefert. 08/15 kennen wir nicht.“

Beispiel 2: "Mit unseren Büromöbeln setzen Sie ein Statement UND sorgen für mehr Spaß am Arbeitsplatz!"

Bei gelben Gesprächspartnern darfst Du ruhig auch mal ins Plappern kommen und einen Witz machen – solange Du ihnen diese Bühne ebenso bietest. Ob Du sofort eine Entscheidung erhältst, hängt davon ab, wie viele rote, blaue oder grüne Anteile diese Person noch hat.

Wenn Du gelbe Charaktere jedoch schon mit Deinem Produkt oder Deiner Lösung gecatcht hast, stehen die Chancen gut, dass sie auf jeden Fall darüber nachdenken. Wenn Du diese initiativen Persönlichkeitstypen begeistert und ihnen aufzeigst, was sie verpassen, wenn sie nicht bei Dir abschließen, kannst Du punkten.

## **Grüne Menschen...und wie Du sie überzeugst**

Zu guter Letzt gibt es noch "grüne" bzw. stetige Menschentypen. Die sind komplementär zu den Roten - ähnlich komplementär verhalten sich im Übrigen auch Gelb vs. Blau - und somit absolut harmoniebedürftig. Geregelte Abläufe und ein freundschaftliches Miteinander sind für sie das A und O. Streit oder Meinungsverschiedenheiten hingegen sind ein absolutes No-Go!

Aus diesem Grund sagen "grüne" Menschen ungern Nein und nehmen ihren TeamkollegInnen oder Freunden liebend gerne Aufgaben ab. Daher sind grüne Charaktere gern gesehene Teamplayer, die sich allerdings auch gerne mal selbstaufopfernd in ein Projekt werfen. Im B2B-Vertrieb solltest Du grüne Typen vielleicht eher nicht überrumpeln, sondern stets freundlich und sanft vorgehen.

## **Wie überzeugst Du grüne Persönlichkeiten?**

Erst einmal nichts überstürzen! Grüne Personen schätzen es, wenn Du genauso freundlich und hilfsbereit agierst, wie sie es von sich

selbst kennen. Überraschungen oder Einladungen zu geselligen Events mit vielen neuen Leuten überzeugen sie eher weniger. Wenn Du mit der Tür ins Haus fällst und sofort eine Entscheidung verlangst, hat das eher denn Effekt, dass sich ein "Grüner" zurückzieht.

Klar, der Anbahnungsprozess mit einem grünen Gegenüber gestaltet sich daher auch spannend - schließlich steigst Du gerade in der Kaltakquise immer sofort ins Thema ein! Hier hilft es, wenn Du ruhig und sachlich erklärst, wieso Du anrufst und was Du tust. In vielen Fällen wird eine schriftliche Annäherung - etwa via LinkedIn einer grünen Person mehr Zeit geben, über Dein Angebot nachzudenken.

Beispiel 1: "Ich kann Ihnen unser CRM wirklich nur ans Herz legen – gerade, wenn Sie ansonsten viele Daten händisch pflegen, unterstützt Sie unser Tool, sodass Sie noch mehr für Ihre Kunden da sein können."

Beispiel 2: "Gerne sende ich Ihnen weitere Informationen unseren Snackboxen zu – dann würde ich mich in, sagen wir, 3 Tagen melden und Sie können in Ruhe darüber nachdenken."

Klar, als VertrieblerIn willst Du am liebsten jetzt sofort eine gültige Aussage, um den Abschluss zu machen. Aber gerade bei grünen Menschen ist ein bisschen Geduld gefragt.

Häufig kann es auch passieren, dass Du TeamkollegInnen überzeugen musst, weil Grüne durchaus gerne ihr Umfeld befragen – ganz auf Harmonie und Bestätigung bedacht.