

# Checkliste: Vertrieb mit DiSG

Im Vertrieb geht es darum, angemessen auf dein Gegenüber einzugehen, denn jeder Mensch ist ein Individuum. Die Erfahrung zeigt, dass wir beim Verhalten unserer potenziellen Kunden vier mögliche Schwerpunkte (D, S, i oder G, Erklärung folgt) ausmachen können.

Wir wollen mit dieser Checkliste mehrere wichtige Fragen beantworten: Was **erwartet** mein Kunde, **wie** sollte ich mit ihr oder ihm **kommunizieren** und welche **Fallen** gilt es zu **vermeiden**? Die Antworten auf diese zentralen Fragen fallen unterschiedlich aus, je nachdem, ob du es mit einem D, i, S oder G Typen zu tun hast.

Mir ist bewusst, dass diese Sicht der Welt vereinfachend sein mag. Du wirst im Vertrieb allerdings feststellen, dass du dein Gegenüber schneller verstehst. Das DiSG-Modell hilft Vertrieblern, erfolgreicher zu arbeiten. Teste selbst, ob es auch dir weiterhilft!

Wenn du Fragen oder Feedback hast: Du erreichst mich direkt unter den auf der letzten Seite angegebenen Kontaktdaten.

Viele Grüße

Georg Dauth

## SCHRITT 1: DIE GROBE RICHTUNG: WIE VERHÄLT SICH DEIN KUNDE EHER?

Mein Kunde wirkt auf mich „schnell“ und geradlinig:	→	Sieh' bei „dominanter“ & „initiativer Kunde“ nach.
Er oder sie wirkt auf mich verhalten und nachdenklich	→	Sieh' bei „stetiger“ & „gewissenhafter Kunde nach.
Er oder sie wirkt auf mich hinterfragend und skeptisch:	→	Sieh' bei „dominanter“ & „gewissenhafter Kunde“ nach.
Er oder sie wirkt auf mich akzeptierend und herzlich:	→	Sieh' bei „stetiger“ & „initiativer Kunde“ nach.

## SCHRITT 2: SCHWERPUNKT VERIFIZIEREN: D, i, S oder G:

<p><b>Dominanter Kunde</b></p> <p>Dominante Kunden treten oft stark auf und testen hin und wieder deine Reaktion, in dem sie im Gespräch relativ früh Druck auf ihr Gegenüber ausüben.</p> <p>„D“-Kunden wirken beim Erstkontakt manchmal unfreundlich. Sie neigen dazu, während des Gespräches den andern zu unterbrechen oder Anweisungen zu geben.</p> <p>„D“-Kunden wollen, dass du direkt zur Sache kommst und sind in der Regel an neuen Informationen und neuen Produkten interessiert. Sie lieben es, zwischen Alternativen zu wählen und wollen ihre Entscheidungen dann treffen, wenn es ihnen passt. Kunden mit diesem Schwerpunkt können schnelle Impulskäufer sein!</p> <p>→Trifft dies zu? Gehe auf Seite 3!</p>	<p><b>Stetiger Kunde</b></p> <p>Stetige Kunden wirken zunächst abwartend und zurückhaltend. Diese Kunden können ein lässiges und gutaussehendes Erscheinungsbild haben und doch dabei etwas unsicher wirken.</p> <p>Sie lehnen schnelle Entscheidungen ab und bevorzugen bewährte Vorgehensweisen. Wenn sie ihre anfängliche Scheu abgelegt haben, werden „S“-Kunden aufrichtig, offen, freundlich und beziehungsorientiert sein. Sie müssen dir aber Vertrauen können.</p> <p>Bewerte „S“-Kunden nicht nach ihrem äußeren Eindruck. Die Kleidung kann zwischen schlampig <i>oder</i> altmodisch bis hin zu gestylt schwanken.</p> <p>→Trifft dies zu? Gehe auf Seite 5!</p>
<p><b>Initiativer Kunde</b></p> <p>Initiative Kunden sind freundliche, orientierte Menschen, die oft lieber reden als zuhören. Kunden mit einem „hohen i“ freuen sich, wenn sie bei dir und anderen gut ankommen. Sie erzählen ggf. die neuesten Witze oder sprechen zeitweise von Dingen, die mit dem Geschäftlichen nichts zu tun haben.</p> <p>„I“- Kunden werden dich ggf. unterbrechen oder vom Thema abschweifen. Sie sind aber in der Regel begeistert und offen, besonders wenn dein Produkt innovativ ist und einen gewissen Status verleiht.</p> <p>→Trifft dies zu? Gehe auf Seite 4!</p>	<p><b>Gewissenhafter Kunde</b></p> <p>Gewissenhafte Kunden bevorzugen eine sachliche Beziehung und schätzen den nachweisbaren, aufgezeigten Nutzen, sowie ein logisches und präzises Vorgehen. Sie mochten die Dinge in Ruhe durchdenken können und die Fakten Überprüfen.</p> <p>„G“-Kunden zeigen sich zurückhaltend, sind sonst aber freundlich und diplomatisch. Sie sind skeptisch und nicht gleich bereit, sich auf ein neues Produkt einzulassen. In der Regel haben sie ein eher konservatives und unaufdringliches Erscheinungsbild.</p> <p>→Trifft dies zu? Gehe auf Seite 6!</p>

### SCHRITT 3: ANGEMESSEN KOMMUNIZIEREN UND VERHALTEN

	<b>Antreibende Ziele</b>	<b>Ängste</b>	<b>Kaufmotive</b>	<b>Verkaufsstrategie</b>
Steckbrief für <b>dominante</b> Kunden	Resultate Kontrolle	Verlust der Kontrolle über das Umfeld; von anderen ausgenutzt zu werden	Was das Produkt oder die Dienstleistung bewirken kann, um eigene Ziele besser zu erreichen	Zeige potenzielle Resultate, Verbesserungen, Leistungssteigerungen durch dein Produkt oder deine Dienstleistung

#### Vorgehensweise beim dominanten Kunden

Was „D“-Kunden <b>erwarten</b>	„D“-Kunden erwarten ein geschäftsmaßiges Auftreten, einen effektiven Umgang mit der Zeit und sie möchten frühzeitig mit Fakten versorgt werden. Sie haben meist eine konkrete Vorsteilung von dem, was sie wollen.
Wie du mit „D“-Kunden <b>kommunizieren</b> solltest	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geh’ nicht in den Wettbewerb .</li> <li>• Vermeide es, drauf los zu reden.</li> <li>• Gib direkte, kurze und prägnante Antworten.</li> <li>• Biete Alternativen und Wahlmöglichkeiten.</li> <li>• Stimme seinen Standpunkten zu, nicht nur ihm als Person.</li> <li>• Begründe deinen eigenen Standpunkt durch klare Fakten.</li> </ul>
Was du <b>vermeiden</b> solltest	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unentschlossenheit vermitteln</li> <li>• Übertriebene Freundlichkeit</li> <li>• Wiederholungen, zu viel reden (Reden ist Silber, Schweigen ist Gold.)</li> <li>• Entscheidungen für den Kunden treffen wollen</li> </ul>

	<b>Antreibende Ziele</b>	<b>Ängste</b>	<b>Kaufmotive</b>	<b>Verkaufsstrategie</b>
Steckbrief für <b>initiative</b> Kunden	Umgang mit Menschen; Anerkennung bekommen	Ablehnung; Verlust der Anerkennung; keinen Einfluss zu haben	Wer nutzt das Produkt Oder die Dienstleistung; (Wie lautet deren Meinung)	Wie das Produkt ihn aufwertet; wie das Produkt Oder die Dienstleistung das Leben/Arbeit erleichtert

*Vorgehensweise beim initiativen Kunden*

<b>Was „i“-Kunden erwarten</b>	„i“-Kunden erwarten viel Verständnis und einen lockeren Umgang nicht nur mit der Zeit. Sie sehen nicht auf die Uhr und erwarten diese Einstellung auch von dir. Sobald sie innerlich eine Entscheidung getroffen haben, geht es bei „I“-Typen“ sehr schnell.
<b>Wie du mit „i“-Kunden kommunizieren solltest</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Höre aufmerksam zu.</li> <li>• Strahle Begeisterung aus.</li> <li>• Bleiben offen und aufgeschlossen</li> <li>• Mache gerne auch mal ein Kompliment.</li> <li>• Betone das Neue, das Besondere, das Ungewöhnliche.</li> <li>• Verwende zu Beginn Zeit darauf, eine Beziehung aufzubauen.</li> </ul>
<b>Was du vermeiden solltest</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Von oben herab sprechen</li> <li>• Soziales nicht gebührend beachten</li> <li>• Sich zu weit vom Kurs abbringen zu lassen</li> <li>• Vorschläge und Unterbrechungen zurückweisen</li> </ul>

	<b>Antreibende Ziele</b>	<b>Ängste</b>	<b>Kaufmotive</b>	<b>Verkaufsstrategie</b>
Steckbrief für <b>stetige</b> Kunden	Sicherheit; Stabilität	Plötzliche Veränderungen; Verlust der Sicherheit	Wie das Produkt Oder die Dienstleistung die Bedingungen für den Kunden verbessern können	Die „Hilfestellung“ r die das Produkt Oder die Dienstleistung bieten

*Vorgehensweise beim stetigen Kunden*

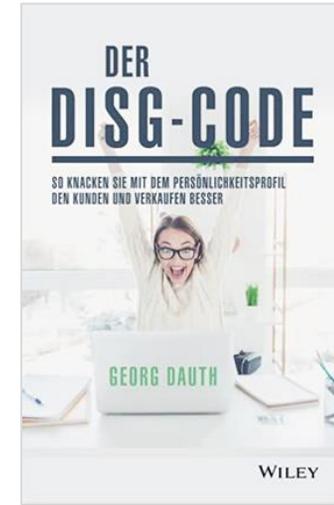
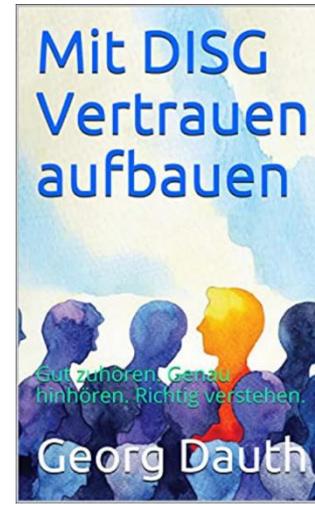
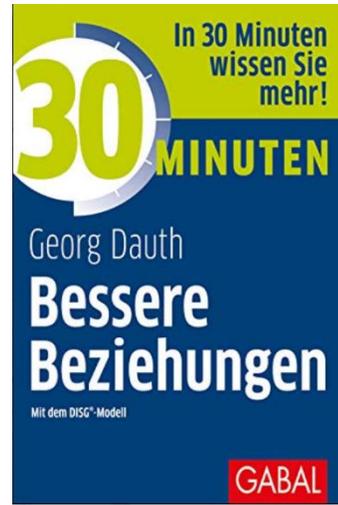
<b>Was „S“-Kunden erwarten</b>	„S“-Kunden erwarten von dir, dass du dir Zeit nimmst und ggf. auch für Privates offen bist. Sie möchten langsam und wohlüberlegt vorgehen.
<b>Wie du mit „S“-Kunden kommunizieren solltest</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sprich leise und entspannt.</li> <li>• Sei aufrichtig, offen und ehrlich.</li> <li>• Sprich über Service und Verlässlichkeit.</li> <li>• Sei geduldig, wenn es darum geht, die Ziele des Kunden Herauszufinden.</li> <li>• Betone, wie eine überlegte Vorgehensweise schrittweise zum Ziel führen wird.</li> </ul>
<b>Was du vermeiden solltest</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zu direkt sein</li> <li>• Zu viele Details auslassen</li> <li>• Zu sehr aufs Tempo drücken</li> <li>• Zu viele Informationen auf einmal</li> <li>• Zu schnell und fordernd vorangehen oder wirken</li> <li>• In Ihren Gedankengängen zu abrupt zu springen</li> </ul>

	<b>Antreibende Ziele</b>	<b>Ängste</b>	<b>Kaufmotive</b>	<b>Verkaufsstrategie</b>
<b>Steckbrief für gewissenhafte Kunden</b>	Genauigkeit; Qualität; Ordnung	Kritik an der eigenen Leistung; zu wenige Standards	Warum das Produkt Oder die Dienstleistung eine logische Investition ist	Die Erfolgsgeschichte des Produktes Oder der Dienstleistung; Beweise

*Vorgehensweise beim gewissenhaften Kunden*

<b>Was „G“-Kunden erwarten</b>	„G“-Kunden erwarten eine sachliche, nicht zu schnelle Präsentation von Produkten. Sie benötigen Zeit, damit sie für sich, unter Einbeziehung aller Fakten, eine gute Entscheidung treffen können.
<b>Wie du mit „G“-Kunden kommunizieren solltest</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gib immer eine detaillierte Antwort.</li> <li>• Konzentriere dich auf Einzelheiten und bleibe dabei.</li> <li>• Sei bereit, auf detaillierte Fragen Antwort geben zu müssen.</li> <li>• Betone Qualität, Zuverlässigkeit und Sicherheit der Produkte.</li> <li>• Argumentiere mit logisch nachvollziehbaren Daten und Fakten.</li> <li>• Kläre Einwände gründlich und Sie, wenn möglich, Daten in schriftlicher Form weiter.</li> </ul>
<b>Was du vermeiden solltest</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Den Abschluss mit Druck herbeiführen</li> <li>• Bleibe sachlich und vermeide Persönliches</li> <li>• Körperlichen Kontakt wie Schulterklopfen usw.</li> <li>• Lautes Sprechen und Überreden wollen</li> <li>• Fragen unsachlich, unprofessionell und lässig beantworten (kein Halbwissen)</li> </ul>

Die aktuellsten Bücher zu DiSG, nicht nur zum Thema Verkaufen:



Ich zeige dir, wie du als Trainer oder Berater DiSG für deine Klienten nutzt. Wir bilden auch Führungskräfte in Unternehmen aus.

Rufen Sie uns an: +49 (0)177 42 10 972

[Oder sichern Sie sich ein kostenfreies Informationsgespräch](#)

Impressum und weitere Kontaktmöglichkeiten

GEDAM GmbH

Herr Georg Dauth

Bahnhofstraße 2

D75056 Sulzfeld