

A fashion advertisement featuring two women. The woman on the left has blonde hair and is wearing a white sweater with maroon horizontal stripes and a notched collar with two buttons. The woman on the right has long brown hair and is wearing a white cardigan over a maroon and white striped top. The background is a plain, light grey wall. A dark maroon horizontal band across the middle of the image contains the text 'EMPATHIE. BEGEISTERUNG. KOMPETENZ.' in white serif font. In the bottom right corner, the 'RABE FASHION GROUP' logo is visible in white.

EMPATHIE. BEGEISTERUNG. KOMPETENZ.

RABE
FASHION GROUP



MEHRVERKÄUFE DURCH EMOTIONEN STEIGERN

Beim Verkauf geht es nicht nur um das Produkt, sondern vor allem um das Gefühl, das es bei der Kundin auslöst. Menschen kaufen oft aus emotionalen Gründen und rechtfertigen ihre Entscheidung später mit Fakten. Deshalb ist es wichtig, beim Verkaufsgespräch über Emotionen zu argumentieren, um nicht nur das Hauptprodukt, sondern auch Ergänzungsartikel erfolgreich zu verkaufen.



DER EMOTION TRICK

—————→ SCHAFFE EINE
EMOTIONALE
VERBINDUNG
ZUM PRODUKT



BEGEISTERUNG ZEIGEN – BEGEISTERUNG ANSTECKEN

„Das ist eines dieser Teile, das man einmal anzieht und nie wieder hergeben möchte – einfach perfekt für Sie!“

„Dieses Outfit sieht nicht nur gut aus, sondern gibt Ihnen auch dieses besondere ‚Wow-Gefühl‘ – genau das, was wir alle lieben!“

Warum? Begeisterung ist ansteckend! Wenn du emotional überzeugt bist, wird es die Kundin auch sein.



DEN NUTZEN VON MEHREREN FARBEN ODER VARIANTEN BETONEN:

Weise darauf hin, dass der Artikel vielseitig ist und es oft praktisch ist, mehrere Optionen zu haben:

„Ich kenne das von mir selbst – wenn ich ein Lieblingsteil finde, ärgere ich mich oft, dass ich nicht direkt eine zweite Farbe mitgenommen habe. Dieses *[Artikel]* ist perfekt für verschiedene Anlässe: Einmal in *[Farbe 1]* für *[Anlass X]* und in *[Farbe 2]* für *[Anlass Y]*.“



HELFE IHR, SICH DAS SZENARIO VORZUSTELLEN:

„Die *[Farbe]* Variante ist ein echter Klassiker, den Sie sicher ständig tragen können, und die *[andere Farbe]* bringt so einen frischen Touch in Ihren Look. Beide würden perfekt zu Ihrer Garderobe passen.“



SPRICH DAS GEFÜHL AN, NICHTS ZU VERPASSEN:

„Viele Kundinnen nehmen gleich zwei mit, weil sie wissen, dass sie sich später ärgern würden, wenn ihre Lieblingsfarbe ausverkauft ist.“



BIETE ALTERNATIVEN ODER EINEN MEHRWERT:

„Vielleicht probieren Sie beide mal an, dann sehen Sie gleich, wie unterschiedlich sie wirken. Und wenn Sie sich unsicher sind, können wir gemeinsam überlegen, welche besser zu welchen Outfits passen.“



EMPATHIE NUTZEN – DEN KUNDEN VERSTEHEN

„Ich weiß genau, was Sie meinen – es ist so schwer, das perfekte Basic zu finden. Aber dieses Teil ist nicht nur bequem, sondern auch super vielseitig.“

„Sie suchen etwas, das Sie lange lieben werden? Dieses Material bleibt auch nach vielen Wäschen wunderschön.“

Warum ? Wenn sich der Kunde verstanden fühlt, baut er Vertrauen auf – und vertraut auch auf deine Empfehlungen.



VERKAUFEN ÜBER EMOTIONEN = MEHRVERKÄUFE!

Emotionale Sprache nutzen – Menschen kaufen Gefühle, nicht nur Produkte.
Begeisterung zeigen – Wer überzeugt ist, überzeugt andere.

Zusätzliche Artikel über Emotionen empfehlen – nicht nur „wollen Sie noch...?“
“Empathie zeigen – den Kunden abholen, wo er emotional steht.

Ziel: Eine Kundin verlässt das Geschäft nicht nur mit einem Artikel, sondern mit einem ganzen positiven Gefühl – und mehr Produkten im Einkaufskorb!



WARUM FUNKTIONIERT DAS?

- **Empathie:**
Du sprichst ihr Bedürfnis an, praktisch zu denken und vorbereitet zu sein.
- **Emotion:**
Die Vorstellung, ein „Lieblingsstück“ zu verpassen, löst ein positives Bedürfnis aus.
- **Nutzen:**
Der Fokus liegt darauf, ihr das Leben leichter zu machen und ihr Mehrwert zu bieten.



DER BONUS

Hinterlasse einen bleibenden Eindruck - mit einer persönlichen Ansprache:

„Es war toll, Sie zu beraten. Viel Freude mit Ihrem neuen Outfit – kommen Sie gerne wieder!“

„Ich freue mich von Ihren Erlebnissen mit dem Outfit bei unserem nächsten Wiedersehen zu hören“



Mit dieser Strategie fühlt sich die Kundin nicht gedrängt, sondern gut beraten und inspiriert. Oft führt das dazu, dass sie tatsächlich beide Teile kauft – und mit einem guten Gefühl nach Hause geht.

**VIEL SPASS
UND VIEL ERFOLG!**