

Mit der Kraft des Vorsprungs Bäume entwurzeln!

Die schonungslose Wahrheit im Verkauf -und wie Sie sich diese zunutze machen können. Zurzeit weht den meisten Unternehmen ein rauer Wind ins Gesicht. Die Zeiten sind härter geworden, und viele Menschen ziehen sich immer mehr in die heimeligen, eigenen vier Wände zurück. Die Trendforscherin Faith Popcorn prophezeite diese als »Cocooning« bezeichnete Entwicklung bereits in den frühen 1980er Jahren. Die Folge für viele Unternehmen ist, dass sie deshalb weniger Aufträge erhalten. Aber ist das wirklich der Fall?

Das Interessante ist dabei, dass dieser Trend nicht allein von den Kunden ausgeht. Die Ursache an der schlechten Auftragslage ist zu einem sehr großen Teil bei den Unternehmen selbst zu suchen - besonders im Verhalten der eigenen Mitarbeiter.

Gerade in Zeiten, in denen die Aufträge nicht so einfach hereinkommen, darf es keinen Stillstand geben. Es entsteht ein Teufelskreis, wenn die potenziellen Kunden ausbleiben und die Unternehmen selbst weniger auf die Kunden zugehen. Bei den Verkäufern setzt sich so die irriige Einstellung fest, es habe kaum Sinn, viel Energie für den Gang zum Kunden zu investieren, da dieser ja sowieso nicht in Konsumstimmung sei.

Gelähmte Verkäufer

Mit den modernen Hilfsmitteln, die ihnen heute zur Verfügung stehen, wird es den Verkäufern leicht gemacht. Sie können am Computer immer schönere Statistiken erstellen, und administrativ gibt es so viele Möglichkeiten erfolgreich zu verweilen, um den Kunden nicht

mehr aktiv angehen und bedienen zu müssen. Öfters höre ich von CEOs, dass sich ihre Außendienstmitarbeiter im Büro regelrecht verschanzen. Bei Sitzungen wird immer eine Ausrede gesucht und gefunden, warum keine Verkäufe, Neuaquisitionen oder Weiterempfehlungen erfolgen.

Wenn noch dazu ein Verkäufer täglich in den Medien hört, dass es in vielen Unternehmen abwärts gehe, entsteht zwangsläufig in ihm ein negatives Stimmungsbild. Er bemüht sich nicht mehr besonders um mehr Umsatz, sondern er gibt sich mit der Ausrede zufrieden: »Die Wirtschaft bringt im Moment nicht mehr.« Solche Einstellungen blockieren und hemmen sehr viele Geschäfte.

Zusätzlich sehen sich viele Verkäufer als »gewöhnliche« Angestellte, die regelmäßig am Ende des Monats ihr Salär beziehen.

Dabei ist es wichtig, dem Verkäufer das Gefühl zu vermitteln, dass er sein eigener Unternehmer ist und dass er das Unternehmen aus jeder Krise herausreißen und zu Erfolgen füh-

ren kann. Es fehlt oft an der Begeisterung und dem Verlangen das gesteckte Ziel zu erreichen. Das Feuer sollte in jedem Verkäufer brennen, doch in der Praxis sind viele auf Sparflamme eingestellt.

Schlafende Konkurrenz

Die Aussage »Hilfe, es kommen immer weniger Aufträge rein!« liegt leider total im Trend und wird ergänzt von negativen Schlagzeilen in den Medien. Doch genau hier liegt die Chance für Sie selbst. In Zeiten, in denen Ihre Mitbewerber gelähmt zu Hause sitzen, ist der Weg für Sie frei, um potenzielle Kunden anzugehen.

Wird Ihr Außendienst jetzt aktiv, werden Sie feststellen, dass die Kunden sich freuen, wenn Sie anknöpfen. Wichtig ist einfach, sich vor dem Anruf oder dem spontanen Kundenbesuch zu überlegen, was Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung dem Kunden nutzen könnten. Bedenken Sie, kein Mensch braucht eine Bohrmaschine. Der Kunde braucht das Loch in der Wand, und hier müssen Sie ansetzen.

Wie steht es mit der Lernbereitschaft von Verkäufern? Schlecht, sehr schlecht sogar. In keiner Berufsgrup-



Mit der richtigen Technik den Vorsprung ermitteln.

pe lässt man Mitarbeiter so schlecht ausgebildet auf ihre Aufgaben los wie im Verkauf.

Hier liegt auch der Grund, warum viele Verkäufer immer Ausreden suchen und sich rechtfertigen müssen. Es fehlt ihnen schlicht an den verkäuferischen Fähigkeiten, um selbstbewusst auf die Kunden zuzugehen und Erfolge zu feiern.

Ich habe festgestellt, dass der Mensch sehr gerne viel Geld in ein Auto oder in einen Urlaub investiert, aber sehr ungern etwas in sich selbst. Und zudem ist er davon überzeugt, dass man das Verkaufen nicht lernen könne, sondern dazu geboren sein müsse.

Erfolg ist lernbar

Dabei ist das Verkaufen genauso eine Fertigkeit wie das Sägen oder Bohren. Es hat ganz normale Gesetzmäßigkeiten, die man kennen und nutzen lernen muss. Das Erfolgskriterium ist der Wille, nicht das Talent. Bereits vom ersten Arbeitstag an bekommen Verkäufer eine sehr gute produkt-

schulung, was natürlich richtig ist. Leider hört hier die Ausbildung aber auch schon auf. Was ist mit den verkäuferischen Fähigkeiten? Wieso wird nicht mit derselben Motivation daran gearbeitet? Hier werden die meisten Verkäufer allein gelassen und nicht unterstützt. Gerade in der heutigen Zeit liegen aber die Chancen darin, noch besser zu verkaufen als die Mitbewerber.

Die schönen Zeiten, in denen es entscheidende Produktvorteile gab, sind eindeutig vorbei. Und in den wenigen Branchen, in denen es so etwas noch gibt, werden sich die Verhältnisse bald ähnlich entwickeln wie insgesamt. Heute ist es eindeutig nicht das Produkt, sondern der Mensch, der die entscheidende Rolle für den Erfolg eines Unternehmens spielt. Die oben beschriebene Problematik findet sich in jeder Branche wieder, doch die Unternehmen, die in die Ausbildung ihrer Verkäufer investieren, sind leider noch Ausnahmen. Diese Unternehmen sind dann allerdings in der Regel am

erfolgreichsten, denn sie sind ihrer Konkurrenz in dem entscheidenden Punkt immer einen großen Schritt voraus.

Da die Ausbildung der Verkäufer in der Gesamtheit so vernachlässigt wird, haben diejenigen einen Riesenvorteil, die hier ihre Chancen erkennen. Erkennen Sie deshalb Ihre Chancen, und seien Sie Ihren Mitbewerbern immer einen Abschluss voraus. Wie man ganz unbefangen nach dem Kaufabschluss eines potenziellen Kunden fragen kann, ist übrigens Thema meines Seminars „Verkaufen mit Biss!“ Die Teilnehmer werden nach dem 1 ½ Tage Training wesentlich sicherer im erfolgreichen Abschluss ihrer Verkaufsgespräche sein. ✓

Seminar zu diesem Thema:
Verkaufen mit Biss!
Auf Anfrage in Ihrem Unternehmen.
Max. 12 Personen
Euro 3.300,- netto.
Fördermöglichkeit!