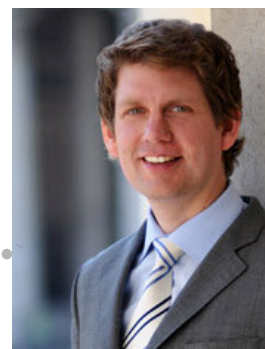


Inhalt

- Networking 2014 – Wie Sie die richtigen Leute an die Angel bekommen
- Erfolgreiche Mitarbeiterentwicklung im Alltag: Was wissen die Eingeweihten?
- In zehn Sekunden zu einer aufregenden Verkaufsbotschaft? – Ja, das geht!

Oliver Wegners Praxis-Tipps
für Führungskräfte im Verkauf



Helfen Sie dem Zufall ein wenig nach

Kürzlich bin ich auf eine interessante Zahl gestoßen: 70 % aller Jobs werden durch erfolgreiches Networking gefunden. Das gilt zumindest für US-amerikanische Arbeitnehmer – denn die Zahl stammt aus dem U.S. Bureau of Labor Statistics des US-Arbeitsministeriums.

Auch wenn es eine entsprechende Statistik für erfolgreiche Verkaufsabschlüsse durch Networking nicht gibt – die beeindruckende Zahl lässt sich mit größter Sicherheit auf Ihren Erfolg im Verkauf übertragen:

- Wer immer wieder die richtigen Leute kennenlernt und schnell eine vertrauensvolle Beziehung aufbauen kann, dem fallen Verkaufsabschlüsse leichter.
- Wer es dagegen weitgehend dem Zufall überlässt, wen er kennenlernt und wen nicht, der muss härter arbeiten und mehr Rückschläge hinnehmen.

Mein Vorschlag also heute: Helfen Sie dem Zufall auf die Sprünge! Sorgen Sie dafür, dass Sie häufiger im richtigen Moment am richtigen Ort sind und mit den für Sie wichtigen Leuten ins Gespräch kommen.

Mit anderen Worten: Optimieren Sie Ihre Networking-Aktivitäten! Sieben Denkanstöße, Ideen und Tipps dazu habe ich Ihnen auf den beiden folgenden Seiten zusammengestellt. Vielleicht kennen Sie schon einige davon – dann nehmen Sie meine Tipps als Bestätigung dafür, dass Sie auf dem richtigen Weg sind. Und die Networking-Tipps, die Sie noch nicht kennen, sollten Sie möglichst bald ausprobieren, um Ihre Potenziale auszuschöpfen. Denken Sie an die Erfolgszahl: 70 %!

Ihr

Oliver Wegner

Oliver Wegner

Den Titelbeitrag können Sie auch als
Audio-Datei zum Hören herunterladen:

www.wegner.intem.de/coaching-brief/leser-service.php



Kontakt:

Oliver Wegner
Am Herderfeld 16 • 85445 Aufkirchen
Tel. +49.8122.8473485 • Fax: +49.8122.8472129
www.wegner.intem.de
o.wegner@intem.de

Haben auch Sie manchmal das Gefühl, dass Sie mehr verkaufen könnten, wenn Sie schneller die wichtigen Leute kennenlernen würden? Dann feilen Sie weiter an Ihren Networking-Fähigkeiten und -Gewohnheiten. Sieben Ideen und Tipps dazu habe ich Ihnen hier zusammengestellt.

Networking 2014 – Wie Sie die richtigen Leute an die Angel bekommen

Tipp 1: Die E-Mail danach

Sie waren bei einem Networking-Event, bei einer Messe oder einem Kongress und haben einen ganzen Stapel Visitenkarten gesammelt. Was jetzt? Für einen Anruf bei allen reicht die Zeit nicht. Um den Kontakt nicht abkühlen zu lassen, unternehmen Sie deshalb Folgendes:

- Senden Sie allen neuen Kontakten eine E-Mail.
- Bedanken Sie sich für das Treffen und das Gespräch.

So festigen Sie die gerade erst begonnene Beziehung vorsichtig und sorgen dafür, dass das Band nicht sofort wieder abreißt!

Extra-Tipp:

Auch wenn es viele Tipps und Techniken gibt: Versuchen Sie, beim Networking immer den Spaß an der Sache in den Vordergrund zu stellen. Sie haben die Gelegenheit, interessante Menschen kennenzulernen und zu plaudern. Wenn Sie das genießen und mit echtem Interesse sowie Offenheit auf die Menschen zugehen, kommt der Erfolg beinahe automatisch!

Wichtiges Hilfsmittel dabei: Notieren Sie sich sofort nach Austausch der Visitenkarten ein paar Stichworte zu der jeweiligen Person und dem Gespräch. Nutzen Sie dazu die Rückseite der Karte. So können Sie in der ersten Mail ein paar individuelle Worte unterbringen oder einen Gesprächsfaden wiederaufnehmen. Außerdem umgehen Sie die Gefahr peinlicher Verwechslungen, die besonders groß ist, wenn Sie an einem Tag sehr vielen Leuten zum ersten Mal begegnet sind.

Tipp 2: Telefon statt E-Mail

So wichtig die E-Mail aus Tipp 1 ist, um sofort und schnell den Erstkontakt zu halten – danach sollten Sie häufiger das Telefon nutzen.

Geschäftliche Kommunikation wird mehr und mehr über E-Mail oder sogar Kurznachrichten abgewickelt. Das mag praktisch sein, aber halten Sie sich vor Augen: Ein paar Zeilen auf dem Bildschirm bleiben immer eher unpersönlich. Ein Gespräch am Telefon hat stets zusätzliche Dimensionen.

Die Empfehlung lautet also: Greifen Sie möglichst immer zum Telefon, um mit dem neuen Bekannten persönlich zu sprechen, statt eine E-Mail zu senden. Durch das Gespräch entsteht viel schneller eine Beziehung zwischen Menschen, die für das Vertrauen und damit für den erfolgreichen Verkauf so wichtig ist.

Tipp 3: Gehen Sie nicht allein!

Hier ein wenig bekannter Tipp von Network-Profis: Nehmen Sie einen Begleiter mit! Wann immer es möglich ist: Kommen Sie gemeinsam mit einem Kollegen, einem Geschäftspartner oder auch einem Kunden zu einem Network-Event oder zu einer Veranstaltung, von der Sie sich Kontakte versprechen.

Wer allein auftaucht, signalisiert damit unterschwellig: „Ich suche auf jeden Fall Kontakte! Ich brauche jetzt Gesprächspartner!“ Wer in Begleitung kommt, zeigt dagegen: „Ich habe schon einen Gesprächspartner,

Extra-Tipp:

Networking kann man auch üben! Wenn Sie das Gefühl haben, dass Sie noch lockerer und besser werden können, nutzen Sie Alltagssituationen zum Training. Sprechen Sie Menschen in der Supermarktschlange an und verwickeln Sie sie in Small Talk. Oder plaudern Sie mit dem Sitznachbarn im Flugzeug. So gewinnen Sie Lockerheit und lernen, wie Sie Menschen zum Reden bringen.

der mir vertraut. Ich bin nicht ausschließlich hier, um Visitenkarten zu sammeln!“ Die Begleitung kann Ihnen also eine Art Vertrauensvorschuss geben. Sie werden interessanter!

Tipp 4: Setzen Sie mit Dankeschön-Karten echte Akzente

Sie können noch einen Schritt weiter gehen, um den Kontakt noch persönlicher zu gestalten: Schreiben Sie den Leuten, die Ihnen einen kleinen Gefallen getan haben, eine Dankeschön-Karte. Keine E-Mail, kein ausgedruckter Brief – nehmen Sie eine Karte und schreiben Sie von Hand einen kurzen Dank darauf. Ganz klassisch mit Federhalter.

Sie können sicher sein: Viele Menschen haben schon seit Jahren keine solchen handschriftlichen Worte oder Grüße mehr bekommen. Hier können Sie also einen echten Akzent setzen, um den Beziehungsaufbau in Gang zu bringen.

Tipp 5: Starten Sie Ihre eigene Network-Veranstaltung

Wenn Sie noch nach Veranstaltungen suchen, bei denen Sie interessanten Leuten begegnen, denken Sie auch an diese Möglichkeit: Starten Sie Ihre eigene Veranstaltungsreihe. Workshops mit Experten aus Ihrer Zielgruppe sind eine Möglichkeit, zu der Sie vorhandene, aber auch potenzielle Kunden einladen können.

Tipp 6: Vorbereitung ist alles

Sie bereiten sich auf jedes Verkaufsgespräch vor, um möglichst gut auf den jeweiligen Kunden eingehen zu können und Überraschungen auszuschließen? Machen Sie es beim Networking genauso:

- Wenn verfügbar: Schauen Sie sich die Teilnehmerliste des Treffens an, das Sie für Ihr Networking nutzen wollen: Aus welchen Firmen stammen die Teilnehmer? Welche Position haben sie? Wie sieht es in der Firma aus? Je mehr Sie hier wissen, desto schneller sind Sie im Gespräch.
- Trainieren Sie eine Kurzvorstellung Ihrer eigenen Person, die möglichst interessant und auf die Zielgruppe zugeschnitten ist.

Tipp 7: Geben Sie Ihren Gesprächspartnern das, was sie wollen

Bestimmt haben auch Sie sich schon mit Emotionen im Verkauf beschäftigt. Dann kennen Sie auch die drei emotionalen Typen, die immer wieder unterschieden werden: den wettbewerbsorientierten Typ, der gerne dominiert und der vor allem besser sein will als andere; den neugierigen und interessierten Typ, der immer wieder durch neue Anreize stimuliert werden will; und den ausgeglichenen, der nach Balance und Stabilität sucht. Versuchen Sie, Ihre Gesprächspartner beim Kennenlernen einem Typ zuzuordnen. So können Sie Ihre Themen und Aussage an Ihr jeweiliges Gegenüber anpassen.

- Beispiel: Ein Gesprächspartner, dem Sie sich gerade vorgestellt haben, beginnt schnell, über berufliche Erfolge zu reden. Dann können Sie davon ausgehen, dass es sich um den wettbewerbsorientierten Typ handelt. Er wird es lieben, wenn Sie ihn ein wenig bewundern und seiner herausragenden Stellung Respekt zollen.

So geben Sie Ihrem Gesprächspartner Bestätigung und Sicherheit. Er wird das Gespräch mit Ihnen als angenehm empfinden und für den Beziehungsaufbau offen sein.

Viele Führungskräfte nehmen sich vor, die eigenen Mitarbeiter selbst voranzubringen. Doch immer wieder kommt dabei Enttäuschung auf, wenn die Mitarbeiter sich nicht so schnell entwickeln wie erhofft. Wollen Sie Ihre Führungsarbeit in diesem Punkt wirksamer gestalten, dann lassen Sie sich von diesen drei Erfolgsfaktoren anregen.

Erfolgreiche Mitarbeiterentwicklung im Alltag: Was wissen die Eingeweihten?

Erfolgsfaktor 1: Balance zwischen Übung und Vermeidung

Wenn Sie sich einmal anschauen, was Mitarbeiterentwicklung im Alltag im Grunde ist, kommen Sie zu zwei grundlegenden Aufgaben:

- Sie helfen Ihren Mitarbeitern, erfolgreiche Verhaltensweisen und Techniken häufiger einzusetzen, also etwas zu tun.
- Und Sie trainieren, erfolgshemmende Verhaltensweisen möglichst zu vermeiden, also etwas nicht mehr zu tun.

Daraus ergibt sich ein wichtiges Erfolgsgeheimnis: Finden Sie die Balance zwischen beiden Aufgaben! Trainieren Sie in gleichem Maße erfolgversprechendes Verhalten und Vermeidung von Erfolgshemmern!

Tipp: Fast jeder arbeitet mit To-do-Listen. Führen Sie zusätzlich eine Not-to-do-Liste ein, um dieses Gleichgewicht leichter zu finden.

Erfolgsfaktor 2: Teilen Sie echte Erfahrungen und Erlebnisse

Eine gute Führungskraft berichtet auch von ihren eigenen Erlebnissen. Sie sagt nicht nur, was der Mitarbeiter tun und lassen soll. Sie bringt an passender Stelle eigene Erfahrungen und Geschichten ein.

Der Vorteil: Die Führungskraft wird authentisch. Für den Mitarbeiter ist sofort klar: „Hier kann ich noch etwas lernen!“ Denn hier ist ein Verkäufer, der wertvolle Erfahrungen weitergibt – nicht nur Lehrbuchwissen.

Tipp: Das heißt natürlich nicht, dass Sie Ihren Mitarbeitern laufend erzählen sollen, wie Sie es gemacht haben. Im Gegenteil: Lassen Sie Ihre Mitarbeiter möglichst immer selbst eine eigene Lösung für Herausforderungen finden. Mit Ihren Erlebnissen an der richtigen Stelle bieten Sie dem Mitarbeiter jedoch zusätzliche Identifikationsmöglichkeiten.

Erfolgsfaktor 3: Schalten Sie einen Gang zurück

Vielleicht haben auch Sie nach der WM langsam keine Lust mehr auf Erfolgsbeispiele aus dem Fußball. Eines muss aber noch sein, weil es hier so gut passt. Denken Sie einmal daran, was die häufigste Geste von Trainern ist, wenn auf dem Platz eine Krisensituation ausbricht, wenn die Mannschaft in Rückstand gerät oder wenn der Schiedsrichter eine Rote Karte zeigt:

Fast immer versucht der Trainer, seine Mannschaft zu beruhigen. Die Spieler sollen kopfloses Anrennen vermeiden, sondern mit kühlem Kopf zu den eingeübten Spielzügen zurückkehren.

Tipp: Das ist eine der wichtigsten Aufgaben für Sie als Führungskraft Ihrer Mitarbeiter im Verkauf: Bringen Sie Ruhe ins Spiel! Sorgen Sie dafür, dass Ihre Mitarbeiter ruhig bleiben, wenn es darauf ankommt, und überlegt das tun, was sich als erfolgreich erwiesen hat!

Mein Extra-Service:

Wenn Sie tiefer in das Thema einsteigen wollen: In einer Checkliste habe ich für Sie sechs Grundregeln zur Mitarbeiterentwicklung im Alltag zusammengestellt. Mehr dazu auf Seite 6.

In zehn Sekunden zu einer aufregenden Verkaufsbotschaft? – Ja, das geht!

Es tauchen immer wieder drei Arten von Produkt- oder Verkaufsbotschaften auf, die sich Marketingabteilungen ausgedacht haben und die der Verkauf dann im Kundenkontakt vertreten muss, obwohl sie zu allgemein, zu wenig emotional oder sogar nichtssagend sind. Diese drei Arten sind:

- 1. Die Liste von Produktmerkmalen:** „Unsere Datenbanksoftware verarbeitet Daten bis 12 Gigabyte pro Sekunde und wahrt dabei die Kompatibilität zu den gängigen Industriestandards ...“
- 2. Der schwammige Allerweltsvorteil:** „Unsere Software spart Zeit und Geld.“
- 3. Wichtiguerisches Business-Blabla:** „Unsere Software ist frei skalierbar und im urbanen Lifestyle der Digital Natives verortet.“

Hand aufs Herz: Auch wenn diese Beispiele ein wenig übertrieben sind, könnte auch Ihre Verkaufsbotschaft in eine dieser drei Kategorien fallen. Nummer eins lässt die meisten Kunden kalt, weil es Zufall wäre, dass ein

technisch orientierter Kunde gerade verzweifelt auf der Suche nach diesem Produktmerkmal ist. Nummer zwei könnten jeder Mitbewerber und jeder Anbieter von anderen Produkten von sich sagen. Nummer drei ist heiße Luft.

Der US-Verkaufsspezialist und Autor Geoffrey James schlägt eine interessante und verblüffend einfache Technik vor, um mehr Emotion und mehr Biss in lahme Produktbotschaften zu bringen. Der Trick funktioniert so:

- Stellen Sie sich vor: Sie sind ein glücklicher Kunde, der gerade eben Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung eingesetzt hat. Ein breites zufriedenes Lächeln ist auf Ihrem Mund.
- In diesem Moment kommt ein 12-jähriger Junge vorbei und fragt: „Warum lächelst du?“
- Erklären Sie den Grund für Ihr Glück möglichst kurz und verständlich in ein oder zwei Sätzen, und zwar so, dass der 12-Jährige ihn sofort verstehen kann.

Probieren Sie es einmal aus – warum nicht jetzt in diesem Moment? Sie erleben es dann wahrscheinlich selbst: Es dauert nur wenige Sekunden, und Sie haben mit großer Wahrscheinlichkeit eine emotionale Verkaufsbotschaft, die vielleicht sogar das Zeug zur Werbeschlagzeile auf Ihrem nächsten Produktflyer hat. Überraschen Sie Ihre Marketingabteilung damit!

Machen Sie dieses Spiel auch mit den Kollegen, vielleicht auch mit guten Kunden. So bekommen Sie viele unterschiedliche Ideen und Ansätze, die fast immer aufregender sind als die üblichen Standardfloskeln.

Beispiel:

Sie verkaufen Buchhaltungssoftware für Steuerberater. Die bisherige Verkaufsbotschaft: „Zuverlässige Buchführung jetzt schon nach den neuen IFRS-Standards“. Ihre Antwort als lächelnder Kunde auf die Frage des 12-jährigen Jungen: „Ich hatte seit einem Jahr Angst vor dem ersten Abschluss nach IFRS. Jetzt habe ich alles in nur einem Tag geschafft!“



Checkliste: Sechs Grundregeln für Mitarbeiterentwicklung im Alltag

Als Führungskraft helfen Sie Ihren Mitarbeitern dabei, besser zu werden – und das nicht in einer abgeschotteten Seminarsituation, sondern jede Sekunde in der täglichen Zusammenarbeit. Diese Aufgabe meistern Sie noch sicherer, wenn Sie die sechs Grundregeln für erfolgreiche Mitarbeiterentwicklung im Alltag kennen. Diese Regeln habe ich Ihnen in einer Checkliste zusammengestellt.

Klicken Sie hier, um die Checkliste „Sechs Regeln für Mitarbeiterentwicklung“ anzufordern.

www.wegner.intem.de/coaching-brief/leser-service.php

Oder schicken Sie den folgenden Coupon ausgefüllt an meine Fax-Nummer.

Fax +49.8122.8472129

Ja, bitte senden Sie mir die Checkliste „Sechs Regeln für Mitarbeiterentwicklung“ kostenlos zu.

Vorname/Name

Firma

Straße/Postfach

PLZ/Ort

E-Mail-Adresse

Ich habe eine Frage zu diesem Coaching-Brief – bitte rufen Sie mich dazu an! Sie erreichen mich am besten:

Datum

Zeit

Tel.-Nr.

Tun Sie einem Freund oder Bekannten etwas Gutes! Tragen Sie hier Namen und E-Mail-Adresse eines Freundes oder Bekannten ein. Dann sende ich ihm diese Ausgabe des Coaching-Briefs mit einem freundlichen Gruß von Ihnen:

Vorname/Name

E-Mail-Adresse