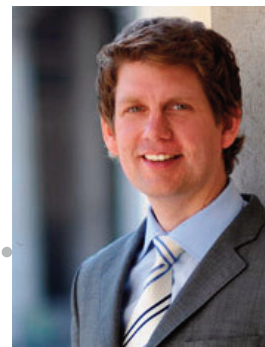


Inhalt

- Mehr Selbstbewusstsein im Verkauf: Sieben Tipps, die sich auszahlen
- Der Kunde will feilschen? So steigen Sie aus, bevor es losgeht
- Mehr Motivation für Ihre Mitarbeiter – Entlastung für Sie

Oliver Wegners Praxis-Tipps
für Führungskräfte im Verkauf



Selbstbewusstsein bringt Gewinn

Eine der häufigsten Klagen, die Sie von Verkaufsleitern hören, ist: Meine Mitarbeiter geben zu schnell Preisnachlässe. Und eine der häufigsten Klagen von Verkäufern lautet: Die Kunden wollen immer feilschen.

Bei der Suche nach den Ursachen können Sie den Kunden die Schuld geben, Sie können aber auch einen anderen Grund dafür finden, warum die Preisverhandlungen und Rabatte zum Problem werden – und dieser Grund zeigt Ihnen einen Ausweg!

Einer der häufigsten Gründe für voreilige Preisnachlässe ist meiner Erfahrung nach: fehlendes Selbstbewusstsein. Mangelnde innere Überzeugung. Ein Verkäufer, der unsicher auftritt, kann in der Preisverhandlung kaum Erfolg haben.

Schlimmer noch:

Unsicherheit aufseiten des Verkäufers ist geradezu eine Einladung zum Feilschen. Beim selbstbewussten Verkäufer verzichtet der Kunde eher auf die Feilscherei und ist schneller dazu geneigt, den geforderten Preis zu akzeptieren.

Für Sie als Führungskraft bedeutet dies aber:

Trainieren Sie mit Ihren Mitarbeitern immer wieder Selbstbewusstsein. Damit steigern Sie nicht nur die Lebens- und Arbeitsqualität Ihrer Mitarbeiter – spätestens mittelfristig werden Sie das Ergebnis dieser Trainings auch beim Umsatz spüren. Auf den folgenden Seiten habe ich Ihnen und Ihren Mitarbeitern sieben Tipps zusammengestellt.

Passend dazu finden Sie auf Seite 4 noch einen Tipp, mit dem Sie Feilscherei gar nicht erst aufkommen lassen.

Ihr

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

Arbeiten Sie häufig neue Mitarbeiter ein? Vielleicht Verkaufsneulinge aus fremden Bereichen? Dann fehlt den neuen Mitarbeitern häufig vor allem eines: Selbstbewusstsein! Wer Sicherheit ausstrahlt, hat es beim Kunden und beim Abschluss spürbar leichter. Geben Sie Mitarbeitern, die mit Unsicherheit zu kämpfen haben, deshalb diese Tipps an die Hand.

Mehr Selbstbewusstsein im Verkauf: Sieben Tipps, die sich auszahlen

Tipp 1: Suchen Sie nach den Unsicherheits-Feldern

Der erste Schritt ist: Suchen Sie den Moment, in dem Sie unsicher sind und in dem Sie sich mehr Selbstbewusstsein wünschen. Ursache für Unsicherheiten im Verkauf sind meist einzelne Tätigkeitsbereiche, in denen sich der Verkäufer (noch) nicht wohlfühlt. Beispielsweise kann es sein, dass ein Mitarbeiter ungern frei vor anderen spricht. Die Angst vor solchen Situationen überstrahlt die gesamte Arbeit. Das heißt:

- Identifizieren Sie Ihre Unsicherheits-Bereiche, um gezielt hier Unterstützung, Coaching oder Training zu bekommen und Sicherheit und Selbstbewusstsein aufzubauen.
- Finden Sie auf Anhieb keinen speziellen Bereich, führen Sie ein paar Tage Buch bei allen Tätigkeiten: Wie sicher haben Sie sich bei den unterschiedlichen Aufgaben im Laufe eines Tages oder einer Woche gefühlt? So kristallisiert sich häufig doch noch etwas heraus, was am Selbstbewusstsein nagt.

Tipp 2: Akzeptieren Sie Misserfolge

Die Angst, etwas falsch zu machen, ist bei den meisten Menschen tief verwurzelt. Doch wer Angst hat, kann kein Selbstbewusstsein ausstrahlen. Hinzu kommt im Verkauf: Selbst die erfolgreichsten Verkäufer müssen beinahe täglich mit einem Nein eines Kunden leben. Ein mehr oder weniger großer Anteil von Verkaufsgesprächen führt einfach nicht zum Erfolg. Wer davor Angst hat, hat im Verkauf deshalb ein echtes Problem.

Nutzen Sie also eine Strategie, um Misserfolge zu akzeptieren. Zum Beispiel so:

- Rechnen Sie einmal aus, wie viele Verkaufsgespräche in Ihrem Unternehmen im Durchschnitt zum Erfolg führen und wie viele nicht. Wenn zum Beispiel eines von fünf Gesprächen im Schnitt zum Erfolg führt, können Sie beim ersten Nein eines Kunden sagen: „Prima, das war der erste Schritt – jetzt nur noch drei bis zum nächsten Erfolg!“

Tipp 3: Verabschieden Sie sich vom Perfektionismus

Unsicherheit im Verkauf entsteht häufig aus der Erkenntnis, dass man nicht in allen Bereichen gut ist. Im Kundenkontakt ist Kollege Müller besser ... Kollege Maier ist im Abschluss unschlagbar ... Überall scheint es jemanden zu geben, der besser ist.

Ja, das ist richtig und auch gut so. Akzeptieren Sie Ihre Schwachstellen, und versuchen Sie, diese zu kompensieren, etwa durch Training oder indem Sie sich hier Unterstützung suchen. Ansonsten aber konzentrieren Sie sich auf Ihre persönlichen Stärken, und suchen Sie nach den Möglichkeiten und Aufgaben, in denen Sie diese ausspielen können!

Extra-Tipp:

Ein häufig übersehener Schlüssel zu mehr Selbstsicherheit ist: Lernen Sie, Ihre Gesprächspartner und Kunden genauer wahrzunehmen und besser zuzuhören. Wer seine Kunden und Gesprächspartner sowie deren Motive und Ziele besser versteht, gewinnt automatisch Sicherheit, weil er weiß, was zu tun ist und was der Kunde braucht!



Tipp 4: Schreiben (und lesen) Sie Ihre Erfolgsstory

Kaufen Sie sich eines dieser schönen schwarzen Notizbücher. Notieren Sie darin jeden Erfolg und alles, was Sie gut gemacht haben oder was Ihnen besondere Freude bereitet hat. Das ist Ihre persönliche Erfolgs-story.

Wenn Sie sich unsicher fühlen oder die Stimmung einmal nicht gut ist: Nehmen Sie dieses Buch zur Hand, blättern Sie es durch und lesen Sie ein paar Seiten. Das gibt Sicherheit und schafft neue Zuversicht.

Achtung: Ein solches persönliches Erfolgsbuch ist nur dann sinnvoll, wenn Sie wirklich konsequent Ihre Erfolge hier festhalten! Ein selten genutztes Büchlein mit wenigen veralteten Einträgen bringt nichts. Führen Sie Ihr Buch immer mit und halten Sie Erfolge wirklich konsequent darin fest.

Tipp 5: Jeden Tag etwas Neues lernen

Wissen gibt Sicherheit. Mehr Wissen gibt mehr Sicherheit. Machen Sie es sich deshalb zur Angewohnheit, jeden Tag etwas Neues über den Verkauf oder über das Produkt, das Sie verkaufen, zu lernen:

- Lesen Sie jeden Tag einen Fachartikel, ein Kapitel aus einem Buch oder Ähnliches.
- Reservieren Sie dazu einen festen Platz in Ihrem Tagesplan.

Extra-Tipp:

Ein Schlüssel für selbstbewusstes Auftreten ist die Einstellung zum eigenen Angebot: Sind Sie zu 100 % davon überzeugt, dass die eigenen Produkte und Angebote perfekt sind? Das klingt nur im ersten Moment wie eine Selbstverständlichkeit: Bekommt der Verkäufer immer wieder mit, dass die Konkurrenz das bessere Angebot hat, beginnt er sehr schnell zu zweifeln. Wichtig deshalb: Halten Sie sich stets die Vorzüge vor Augen, die Ihr Angebot einmalig machen und es von den anderen abheben.

Tipp 6: Stimmt die Einstellung?

Unsicherheit ist oft nur eine Verkleidung für andere Gefühle. Beispielsweise hat manch ein Quereinsteiger noch uneingestandene Vorbehalte gegenüber dem Beruf des Verkäufers.

- Machen Sie sich klar, worum es im erfolgreichen Verkauf wirklich geht: **Es geht nicht in erster Linie um den Profit – es geht darum, dem Kunden eine gute Lösung zu bieten und dabei einen Profit zu machen.**

Tipp 7: Lassen Sie Ihren Körper sprechen

Vor allem Ihre Körperhaltung zeigt, ob Sie sich sicher oder unwohl fühlen. Wer geduckt oder mit eingezogenen Schultern zum Kunden kommt, zeigt seine Unsicherheit deutlich. Das Gute daran:

Die Körpersprache wirkt auch umgekehrt. Wenn Sie eine offene, sichere und selbstbewusste Haltung annehmen, wirkt sich das auf Ihre Stimmung aus: Sie fühlen sich dann auch sicherer. Trainieren Sie also selbstbewusste Körpersprache – am besten auch häufiger vor dem Spiegel oder mit einer Videoaufnahme, die Ihnen ein gutes Bild von Ihrem Auftreten gibt.

Achten Sie beim Stehen auf diese Punkte:

- fester Stand auf beiden Füßen, gerader Rücken und Kopf
- Hände seitlich am Körper herabhängen lassen, oder locker zusammen auf Höhe oberhalb des Gürtels halten.

Beim Sitzen:

- Gesäß ganz hinten und Rücken gerade
- Hände unverkrampft auf Lehne oder Oberschenkel

Preisverhandlungen oder gar Feilscherei um den Preis sind nicht nur nervend, sondern auch gefährlich: Wer zu schnell zu große Nachlässe gewährt, beschneidet den Ertrag des Unternehmens empfindlich und setzt im schlimmsten Fall eine Abwärtsspirale in Gang, weil der Kunde beim nächsten Mal einen größeren Rabatt haben will. Am besten Sie steigen aus, bevor die Feilscherei beginnt.

Der Kunde will feilschen? So steigen Sie aus, bevor es losgeht

Bestimmt haben Sie schon einmal diesen Vergleich gehört: Preisverhandlungen sind ein Spiel. Ähnlich dem Schach sitzen sich die Kontrahenten gegenüber, wer zuerst Schwäche zeigt, verliert beim Preis ...

Aus diesem Bild können Sie auch den vielleicht entscheidenden Schluss ziehen: Zu einem Spiel gehören immer zwei. Deshalb haben Sie es im Verkauf selbst in der Hand. Wenn Sie nicht mitspielen, gibt es auch keine unangenehme und teure Feilscherei um den Preis.

Damit ist keinesfalls gemeint, dass Sie einfach das Gespräch beenden und den Kunden aufgeben, wenn der einen billigeren Preis fordert. Sie nehmen nur eine andere Position ein:

Statt in einen Preiskampf zu gehen, positionieren Sie sich als Unterstützer des Kunden. Machen Sie sich dazu klar, was für einen „Preiskampf“ typisch ist. Das entscheidende Merkmal:

Extra-Tipp:

Eine gute Möglichkeit, eine Konfrontation um den Preis zu entschärfen, ist auch: Versetzen Sie den Kunden in Ihre Lage. Stellen Sie die Frage: „Was würden Sie in meiner Situation tun?“ Damit schaffen Sie beim Kunden im günstigen Fall einen Perspektivenwechsel. Möglicherweise macht der Kunde sogar einen akzeptablen Vorschlag für die Lösung!

Die eigene Position wird als einzig mögliche Option dargestellt. Typische Sätze auf Kundenseite: *„1.000 € sind meine Obergrenze. Keinen Cent mehr. Wenn Sie nicht daruntergehen, kommen wir nicht ins Geschäft!“*

Oder auf Verkäuferseite: *„Das ist mein letzter Preis. Mehr geht beim besten Willen nicht!“*

Ihre Strategie nun:

Sie vermeiden die Konfrontation und damit die Feilscherei, indem Sie einfach andere Optionen aufzeigen.

Sie zeigen Verständnis für die Position des Kunden und greifen ihn nicht an. Sie behandeln die Aussage des Kunden als einen ernst zu nehmenden Vorschlag, der zu einer Lösung führen könnte.

Ein Beispiel macht deutlich, wie Sie diese Strategie anwenden:

Kunde: *„1.000 € sind meine Obergrenze. Keinen Cent mehr.“*

Verkäufer: *„Gut, das kann ich verstehen. Wie wäre es, wenn wir bei dem vorgeschlagenen Preis bleiben und Sie die Summe in Raten zahlen?“*

Oder: *„Gut, dann haben wir eine klare Grenze. Lassen Sie uns schauen, wie wir unsere Leistung abspecken können, um auf die 1.000 € zu kommen.“*

Eine weitere Möglichkeit, um die Konfrontation und die Feilscherei abzuwenden, liegt im Fragen. Damit haben Sie die Chance, den Kunden zu der eigenen Erkenntnis zu lenken, dass Ihr geforderter Preis angemessen ist. Auch dazu ein Beispiel:

Kunde: *„Dafür zahle ich keinesfalls mehr als 1.000 €.“*

Verkäufer: *„Damit ich Sie besser verstehe: Auf welcher Basis kalkulieren Sie diese 1.000 €? Haben Sie Vergleichsangebote? Oder welche anderen Produkte haben Sie dabei im Kopf?“*

Mein Extra-Service:

Wollen Sie, dass Ihre Mitarbeiter schnell und sicher Entscheidungen treffen? Dann nutzen Sie die Tipps, die ich für Sie zusammengestellt habe. Mehr dazu auf Seite 6.

Mehr Motivation für Ihre Mitarbeiter – Entlastung für Sie

Stellen Sie sich vor: Sie arbeiten jahrelang im gleichen Unternehmen. Aber obwohl Sie die Kunden und die Abläufe im Detail kennen, müssen Sie wegen jeder Kleinigkeit beim Chef nachfragen. Der Kunde hat einen Sonderwunsch? Sie müssen erst nachfragen ... Der Kunde will andere Zahlungskonditionen: Sie müssen erst nachfragen ... Das ist demotivierend und schlecht fürs Geschäft: Denn schließlich wird sich der Kunde einen anderen suchen, der schneller entscheidet.

Ihre Chance in der Führung:

Geben Sie Ihren Mitarbeitern so viel Entscheidungsfreiheit und Kompetenzen wie möglich. Damit bleibt die Arbeit nicht nur interessanter und herausfordernder – Sie zeigen Ihren Mitarbeitern auch die Wertschätzung, die für die Motivation so wichtig ist.

Und vor allem: Wenn Ihre Mitarbeiter selbstständiger entscheiden, gewinnen Sie selbst mehr Freiheiten und Freiräume, weil Sie nicht bei jedem Detail um Rat gefragt werden.

Drei Tipps für die Delegation von Verantwortung

1. Schaffen Sie schriftlich Klarheit

Halten Sie schriftlich detailliert fest, was der einzelne Mitarbeiter entscheiden darf und wo die Grenzen sind. Die schriftliche Form ist wichtig, um die Verbindlichkeit zu unterstreichen und um Diskussionen zu vermeiden. Stimmen Sie die Vereinbarung mit dem Mitarbeiter unter vier Augen ab – etwa im Rahmen des Jahresgesprächs.

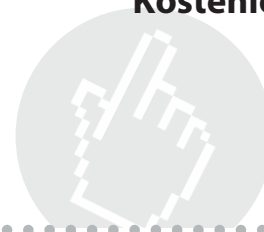
2. Treffen Sie individuelle Regelungen

Scheren Sie niemals alle Mitarbeiter über einen Kamm, wenn es um die Einräumung von Freiheiten geht. Die meisten Mitarbeiter mögen zwar gern eine möglichst große Entscheidungsfreiheit. Auf der anderen Seite gibt es aber Mitarbeiter, die weniger gern Entscheidungen treffen und lieber geführt werden. Solche Mitarbeiter würden sich mit zu viel Kompetenzen unwohl fühlen. Treffen Sie also Vereinbarungen individuell nach den Bedürfnissen und Fähigkeiten der einzelnen Mitarbeiter.

3. Schaffen Sie schnelle Entscheidungswege

Sorgen Sie dafür, dass ein Mitarbeiter immer möglichst sofort einen (vorgesetzten) Teamleiter findet und ansprechen kann, der dann die Entscheidung treffen und verantworten kann. Nur so können Sie sicherstellen, dass niemals Geschäfte wegen Entscheidungsschwäche verloren gehen.

Wichtig: Auch wenn Ihr Mitarbeiter einmal eine falsche Entscheidung trifft, sollten Sie ihm nicht sofort einen Strick daraus drehen und alle Kompetenzen beschneiden. Gehen Sie mit dem Mitarbeiter konstruktiv den Fall durch, und prüfen Sie, was an welchem Punkt zur falschen Entscheidung geführt hat. So hat er die Chance, es beim nächsten Mal besser zu machen.



Checkliste: Vier Tipps zur Stärkung des Entscheidungsmuskels

Die Fähigkeit, Entscheidungen zu treffen, funktioniert wie ein Muskel: Wer häufig trainiert, trifft sicherer und zuverlässiger die richtige Entscheidung. Wenn Sie oder Ihre Mitarbeiter diese Fähigkeit trainieren wollen, nutzen Sie meine neue Checkliste. Darin habe ich vier Tipps zusammengestellt, die zu größerer Entschlussfreude führen.

Klicken Sie hier, um die Checkliste kostenlos 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 „Vier Tipps zur Stärkung des Entscheidungsmuskels“ 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