

Warum sind manche Verkäufer erfolgreicher als andere?

Wolfgang Ronzal

Immer wieder gibt es Verkäufer, die sich durch hervorragende Ergebnisse von anderen abheben. Woran liegt das?

1.Liegt es am Markt? Liegt es am Kundenpotenzial?

Nur zum Teil ist der Markt ausschlaggebend. Es gibt Verkäufer in vermeintlich schlechten Märkten, die eine hohe Abschlussquote erzielen und Verkäufer in guten Märkten mit einem vielversprechenden Kundenpotenzial, die dies nicht ausnutzen und schlechte Ergebnisse erreichen. Tatsächlich liegen Erfolg oder Misserfolg vielmehr in der Persönlichkeit des Verkäufers begründet. Sein Wirken und sein Verhalten lösen jene Aktivitäten aus, die zu einem positiven Resultat führen. Ein Verkäufer muss agieren, nicht reagieren. Er muss Chancen erkennen und nutzen, die zu Abschlüssen führen.

2.Liegt es am Talent?

Wenn Sie Sportler vergleichen, so gibt es viele, die ein besonderes Talent haben. Nutzen sie dies, werden aus ihnen Sieger. Lassen sie ihre besonderen Fähigkeiten aber brachliegen, bleiben sie nur mittelmäßig. Umgekehrt können auch weniger talentierte Sportler erfolgreich sein, wenn sie den nötigen Willen, Ehrgeiz, Fleiß, die Energie und Überwindung aufbringen, um sich bis an die Spitze vorzukämpfen. Folglich muss jeder, ob Naturlatent oder nicht, für den Erfolg intensiv arbeiten. Auch Verkäufer!

3.Liegt es an den besseren Beziehungen?

Natürlich haben erfolgreiche Verkäufer engere Bindungen zu ihren Kunden als weniger erfolgreiche, bzw. können schneller eine positive Beziehungsebene im Verkaufsgespräch aufbauen. Aber die meisten haben sich diese Beziehungen kontinuierlich aufgebaut, durch Anrufe, Besuche und Kontaktpflege. Ihr Erfolgsgeheimnis ist ihre Initiative.

4.Liegt es am Wissen?

Fachwissen (Produktwissen) ist eine wichtige Voraussetzung, aber ein Experte, der sein Wissen nicht verkaufsfördernd einsetzen kann, wird immer auf halber Strecke stehen bleiben. Die Frage nach dem WIE ist entscheidend: Wie gelingt es dem Verkäufer, beim Kunden einen Bedarf zu erkennen oder zu wecken? Wie kann der Verkäufer den Nutzen eines Produktes für den Kunden so erklären, dass dieser darin eine Lösung seines

Problems oder seines Wunsches erkennt. Nicht das WAS ist entscheidend, sondern das WIE.

Sie kennen sicher das folgende Phänomen: Das Thema des Vortrags klingt spannend, interessiert Sie brennend, der Redner hat einen guten Ruf als Fachmann – aber er trägt sein Wissen so langweilig oder schwer verständlich vor, dass Ihnen das Zuhören schwer fällt. Einem anderen Redner gelingt es, durch die Art seiner Präsentation und Darstellung die fachlichen Inhalte so zu vermitteln, dass Sie begeistert und gefesselt sind. Beim Verkäufer ist es nicht anders. Es liegt an ihm, WIE er verkauft!

5.Liegt es an der Einstellung? Am Wollen?

Ja, ganz entscheidend. Ein Verkäufer muss eine positive Einstellung zu seiner Tätigkeit haben. Er darf nicht bei den Unmöglichkeiten (dies funktioniert nicht, jenes ist schwierig) verharren, sondern muss seine Möglichkeiten (wo habe ich Chancen) sehen. Der Wille zum Erfolg zeichnet einen erfolgreichen Verkäufer aus.

Zum Wollen gehört auch die Selbstdisziplin und Konsequenz bei der verkäuferischen Tätigkeit. Es gilt immer noch der alte Spruch: „Ohne Fleiß kein Preis“. Disziplin und Konsequenz während des ganzen Jahres, jeden Monat, jede Woche, jeden Tag sind ein wesentliches Kriterium für den Erfolg.

Leider ist bei den meisten Verkäufern von Systematik und Konsequenz bei der Bearbeitung des eigenen Kundenstocks nichts zu bemerken. Die Kontakte erfolgen meist zufallsbezogen, aktionsbezogen und punktuell. Das führt dazu, dass einige Kunden sehr häufig kontaktiert werden, manche nur gelegentlich und viele gar nicht. Es wird bearbeitet „was hereinkommt“ oder „was durch Sonderangebote oder Aktionen“ vorgegeben wird.

Der Wille fehlt, so viel wie möglich über jeden Kunden zu erfahren und niederzuschreiben. Die Pflege einer Kundenkartei oder –datei ist lästig, und um jeden Tag mindestens einen Kunden zusätzlich anzurufen oder anzusprechen fehlt die Disziplin.

Was bedeutet das?

Aus meiner Sicht sind die folgenden drei Schritte in dieser Reihenfolge umzusetzen:

- 1. Wir müssen die Verkäufer motivieren, zu wollen!**
- 2. Wir müssen Konsequenz und Systematik beim Verkaufen vermitteln!**
- 3. Wir müssen helfen und schulen, das WIE des Verkaufens zu lernen!**

Wenn wir mit Punkt 3 beginnen oder nur Punkt 3 schulen, werden wir scheitern. Wir müssen mit dem Wollen beginnen! Wenn Sie nun mit Recht sagen, das ist je ohnehin alles klar, so sprechen meine Erfahrungen dagegen.

Wann war Ihr letztes Verkaufstraining?

Diese Frage stelle ich gerne bei Seminaren mit Teilnehmern quer durch alle Branchen. Die Antworten bei 300 Befragten aus etwa 30 Branchen:

- >16 Prozent haben im letzten Jahr ein Verkaufs- oder Persönlichkeits-training besucht.**
- >24 Prozent nahmen in den letzten beiden Jahren an einem solchen Training teil.**
- >42 Prozent gaben an, dass das letzte Seminar zwei bis fünf Jahre zurück liegt.**
- >18 Prozent haben schon länger als 5 Jahre an keinem Training teilgenommen.**

Traditionell wird bei den meisten Firmen der fachlichen Aus- und Fortbildung ein hoher Stellenwert eingeräumt. Detaillierte Schulungen über technische Details der Produkte werden durchgeführt. Dies ist wichtig und notwendig. Aber damit ein Verkäufer wirklich erfolgreich ist oder wird, muss er wollen, konsequent und diszipliniert arbeiten und das WIE des Verkaufens beherrschen. Sagen Sie Ihren Verkäufern nicht nur WAS zu tun ist, sondern unterstützen Sie vor allem beim WIE!

Wolfgang Ronzal, Erfolgstrainer, www.ronzal.at