



Verkauf Fit für den "Wettkampf"

Spitzensportler und -Verkäufer haben vieles gemeinsam – dieser Auffassung ist Rhetorik- und Verkaufstrainer Ingo Vogel. Der ehemalige Gewichtheber schildert, was Verkäufer von Top-Athleten lernen können.

Monatelang fragt Versicherungsmittler Meyer immer wieder beim potenziellen Kunden um einen Termin an. Dann endlich die Zusage. Verkäufer Meyer weiß: Nun gilt's. Wenn ich ihn bei diesem Treffen nicht überzeuge, waren alle Vorarbeiten vergebens. Ähnlich wie bei einem Wettkampf im Gewichtheben, beim Turnen oder Schwimmen. Auch hier arbeiten die Sportler oft monate- oder sogar jahrelang auf einen einzigen Wettbewerb hin, die Olympiade zum Beispiel. Und wenn sie bei diesem Ereignis nicht ihr ganzes Können zeigen, war alle Vorbereitung umsonst. Ähnlich wie im Sport ist es auch im Verkauf.

Ein gewisses Talent gehört dazu

Ohne ein gewisses Talent kann man in keiner Sportart absolute Spitze werden - ganz gleich, wie sehr man sich bemüht. Das gilt auch für den Verkauf. Wer davor zurückschreckt, auf andere Menschen zuzugehen, sollte nicht den Verkäufer-Beruf wählen. Denn selbst mit hartem Training wird er maximal ein guter Verkäufer werden, doch niemals ein Verkaufs-As.

Ohne Fleiß kein Preis

Talent führt nicht automatisch an die Spitze. Im Gegenteil. Sowohl im Sport als auch im Berufsleben versinken gerade Top-Talente oft im Mittelmaß. Am Anfang fallen ihnen die Erfolge in den Schoß. Deshalb neigen viele zur Überheblichkeit und Selbstüberschätzung. Wird Talent aber nicht gepflegt und ausgebaut, verkümmert es. Training ist oft langweilig und monoton. Doch ohne das regelmäßige Sich-Mühen kann man die eigene Leistung nicht steigern.

Auch im Verkauf geht es darum, zuerst zu ermitteln, was dem Kunden wichtig ist - und anschließend mit diesen Informationen das Angebot überzeugend zu präsentieren. Diesen Ablauf muss der Verkäufer immer wieder üben - und zwar in der „Wettkampfsituation“: im Kontakt mit Kunden.

Jeder Wettbewerb ist anders

Üben ist auch deshalb notwendig, weil kein Wettbewerb dem anderen gleicht. Das lässt sich am Beispiel eines Langstreckenlaufs erläutern. Manche Wettläufe starten eher langsam, andere schnell.

Manche finden bei Regen, andere bei strahlendem Sonnenschein statt. Der Läufer muss seine Taktik der Situation anpassen. Wie im Verkauf: Mal gibt es nur zwei, mal ein Dutzend Mitbewerber. Mal hat der Kunde schon Erfahrung mit dem Produkt, mal nicht. Auch der Verkäufer muss sein Verhalten der Situation anpassen. Das kann er nur, wenn er die Verkaufstechniken beherrscht. Nur dann ist der Kopf im „Wettkampf“ frei.

Gezielte Vorbereitung

Auf jeden einzelnen Wettbewerb muss sich der Verkäufer gezielt vorbereiten - das heißt bereits im Vorfeld ermitteln, welche Erwartungen der Kunde hat und wie weit die Kaufentscheidung beim Kunden fortgeschritten ist. Möchte er sich nur „ganz allgemein und unverbindlich“ informieren oder ist die Entscheidung schon getroffen? Hat der Kunde schon mit Mitbewerbern gesprochen oder bin ich als erster und eventuell sogar einziger Anbieter eingeladen? Handelt es sich bei dem Verkaufsgespräch um einen „Vorlauf“, bei dem ich nur andeuten muss, was ich kann, damit ich im Rennen bleibe? Oder ist es schon der „Endlauf“, bei

dem ich alle Reserven mobilisieren muss, um am Ende als Sieger hervorzugehen?

Mentale Einstimmung

Im Verkaufsalltag entscheiden wie im Wettkampf oft Kleinigkeiten darüber, wer das Rennen macht. Entsprechend wichtig ist es, sich auf den Wettstreit mental einzustimmen. Zum Beispiel, indem man das Verkaufsgespräch gedanklich durchspielt und sich bewusst macht: Welches Ziel möchte ich erreichen? Denn wer im Wettkampf gedanklich nicht voll bei der Sache ist, hat bereits verloren. Anders als im sportlichen Wettkampf gibt es beim Verkauf keine Silber- und Bronzemedailles: Es gibt in der Regel nur einen Sieger.

Zum richtigen Zeitpunkt topfit sein

Verkäufer müssen, wenn sie sich mit wichtigen Kunden treffen, ihr gesamtes Leistungspotenzial abrufen. Das gelingt ihnen häufig auch, wenn sie sich adäquat vorbereitet und auf den Wettkampf mental eingestimmt haben. Dann laufen viele Top-Verkäufer zur absoluten Höchstform auf. Denn sie lieben den Wettstreit. Sie freuen sich darauf, endlich ihr Können zeigen zu dürfen. Besonders stolz sind sie, wenn sie sich gegen starke Rivalen durchsetzen. Ähnlich wie Spitzensportler. Denn dann wissen sie: Ich muss eine absolute Top-Leistung bringen, um den Sieg zu erringen.

Ingo Vogel, Rhetorik- und Verkaufstrainer in Esslingen (www.ingovogel.de).