

Was Verkäufer von Kampfsport-Philosophien lernen können

Den Erfolg fest im Blick behalten, den Misserfolg abwehren, fair bleiben – und eine Niederlage sinnvoll nutzen. Das sind Qualitäten, die der harte Wettbewerb heute von jedem verlangt, der sich als Verkäufer behaupten will. Das geistige Konzept vieler Kampfsportarten kann dabei hilfreich sein.

1999 erhielt ich den Auftrag ein Buch zum Thema »Erfolg im Verkauf und Erfolg im Sport« zu schreiben. Da ich seit über dreissig Jahren verschiedene Kampfsportarten betreibe und auch als Trainer tätig bin, lernte ich, mit Siegen ebenso umzugehen wie mit Niederlagen. Kampfsport ist eine Lebenseinstellung, eine Philosophie. Es geht zwar in erster Linie ums Kämpfen, aber immer gelten bestimmte Regeln. Kampfsportler entwickeln eine hohe Konzentrationsfähigkeit. Sie verstehen es, Unwichtiges auszuschalten und sich aufs Wesentliche zu fokussieren. Sie sind in der Lage, sich im entscheidenden Moment in Höchstform zu bringen.

Was hat Neukundengewinnung mit Kampfsport zu tun?

Der Beruf des Verkäufers erfordert heute einen harten Kampf um Erfolg. Kampfsport eignet sich besonders gut, um Begriffe wie Mut, Selbstsicherheit oder Selbstvertrauen direkt und deutlich erlebbar zu machen. Die

Philosophie asiatischer Kampfsportarten gibt uns eine Fülle von Anregungen für erfolgreiches Verkaufen.

Durch das spielerische Üben von Selbstverteidigungstechniken im Training lernt der Verkäufer, schnell festzustellen, dass die Abwehr oder das Beherrschen bestimmter Situationen nicht so schwer ist, wie es am Anfang aussieht. Die Kampfkunst dient hier als Metapher für die eigene Verkaufspraxis.

In solchen speziell konzipierten Verkaufstrainings können die Teilnehmer auch lernen, mit der blossen Hand zwei Zentimeter dicke Holzbretter zu durchschlagen. Auch diese Probe dient als Metapher für Mut und Entschlossenheit. Zum Beispiel beim Akquirieren neuer Kunden. Die Kommentare zu diesem Training sind einhellig: Teilnehmer staunen, dass in so kurzer Zeit

so viel Selbstvertrauen zu gewinnen ist.

Parallelen finden sich in den drei Phasen bei den Tätigkeiten des Verkäufers und des Kampfsportlers. Das Verkaufsgespräch ist durchaus mit einem sportlichen Wettkampf zu vergleichen. Verkäufer, aber auch Sportler, können dabei gewinnen, aber auch verlieren.

Zuerst die **Kontaktphase**: Wo der Kampfsportler versucht, seinen Gegner einzuschätzen und zu beeindrucken, gilt für den Verkäufer, die Ausgangslage, die äussere Erscheinung und die Haltung des Gesprächspartners zu definieren. Während der Kampfsportler seine Kampfstellung einnimmt, versucht der Verkäufer Aufmerksamkeit zu erzielen. Der Kampfsportler setzt seine Kampfstrategie um, der Verkäufer bietet konkrete Lösungen an. Und ähnlich wie der Kampfsportler muss auch der Verkäufer in der Lage sein, Stärken und Schwächen des Gegenübers oder des Wettbewerbers zu erkennen.

Die **Verhandlungsphase** ist beim



Kampfsportler ein Abtasten, Kommenlassen und Abwarten; beim Verkäufer geht es darum, den Bedarf zu analysieren und die richtigen Fragen zu stellen. Während ein Kampfsportler immer auf Fair Play bedacht ist, baut ein Verkäufer das Vertrauen auf. Der Kampfsportler wählt seinen Kampfstil und setzt seine Taktik durch, während der Verkäufer Probleme erkennt und seine Argumente vorbringt.

In der **Abschlussphase** ist das Ziel des Kampfsportlers, einen Treffer zu landen, das Ziel des Verkäufers, sich durchzusetzen. Dazu wählt ein Kampfsportler den richtigen Angriff aus, der Verkäufer die passende Abschlusstechnik und die Wahl der optimalen Nutzenargumentation. Und wie es für den Kampfsportler gilt, bei einer Niederlage ein guter Verlierer zu sein, so gilt für den Verkäufer, bei einem Nein des Kunden, die Haltung zu bewahren. Im neuen Hörbuch **»Neukunden gewinnen - Stammkunden verteidigen«** verteidigen finden Sie viele praxisnahe und erprobte Tipps zu diesem Thema.

Was können Verkäufer von Kampfsportlern lernen?

Produkte werden austauschbarer und Serviceleistungen immer ähnlicher. Der wichtigste Wettbewerbsvorteil sind deshalb die Mitarbeiter im Verkauf.

Es wird in Zukunft immer wichtiger, die bestehenden Ressourcen und Potenziale dieser Mitarbeiter besser auszuschöpfen. Gefährlich wird es jedoch immer dann, wenn versucht wird, sich Verhaltensweisen anzueignen, die ausserhalb der eigenen Persönlichkeit liegen. Dennoch versuchen viele Unternehmen, ihre Verkäufer in diese Richtung zu drillen. Ich erlebe es in den Seminaren immer wieder, dass Verkäufer von ihrem Grundtyp her mehr Potenzial hätten, als sie in der Praxis umsetzen, weil irgendwelche Erfolgstechniken so genannter Gurus übernehmen und sich dabei selbst im Wege stehen.

Erfolgreiche Verkäufer spielen Ihren Kunden keine Rolle vor. Erfolgreiche Verkäufer sind sich selbst, sind authentisch. Nur so fühlen Kunden sich ernst genommen und gewinnen das Vertrauen, das es im Verkauf braucht.

Erfolgreiche Verkäufer nutzen ihr eigenes Potenzial, und dadurch wirken sie glaubwürdig. Sie beachten die Eigenarten jedes ihrer Kunden, erkennen rasch deren Bedürfnisse und Kaufmotive und entwickeln daran ihre Angebote und Argumente.

Was kann der Verkäufer hier lernen? Nicht aufgeben und hart zu sich selbst sein. Man benötigt im Durchschnitt bis zu fünf Anläufe vom ersten Kontakt bis zum Kaufabschluss. Leider hören viele schon beim dritten Versuch auf!

Ein Verkäufer, der keine Lust hat, Neukunden zu akquirieren, ist wie ein Mensch, der keine Lust zum Essen hat. Über kurz oder lang verhungert er!

René E. Huber ist einer der Referenten beim **»Verkäufer-Kongress 2007«** in Wettingen bei Zürich am **24. + 25. August 2007** (Info Seite 48)

Autoren-Kurzbiografie

René E. Huber

ist internationaler Verkaufstrainer. Er lernte das Verkaufen bei IBM, wo er zweimal Verkäufer des Jahres in der Schweiz und einmal von Europa wurde. Er war dort auch im Verkaufsmanagement und fünf Jahre für die Verkaufsausbildung verantwortlich. Gleichzeitig kämpfte er viele Jahre in verschiedenen Auswahlmannschaften im Kampfsport und war auch dort sehr erfolgreich. Seine Spezialität sind die Themen Neukundengewinnung, Business-Kommunikation und Persönlichkeitsentwicklung, speziell auch die Integration von Kampfsportphilosophien im Verkauf und Management.

Informationen:

Tel. +41 (0)44 770 33 77
www.renehuber.ch

