

Verkäufer: von Kampfsport-Philosophien profitieren



René E. Huber

R. Huber & Partner, Führungs- und Verkaufstrainer, www.renehuber.ch
Horgen

Die besten Verkäufer sind jene mit den besten Neukunden-Ergebnissen. Das zeigt eine Studie aus England, die das Verkaufsverhalten von 3500 Verkäufern untersucht hat. Die Akquisition ist und bleibt erste Verkäuferpflicht. Natürlich ist das vielen Verkäufern klar. Trotzdem neigen die meisten dazu, der Stammkundenpflege die grössere Bedeutung beizumessen. Denn Neukundengewinnung erfordert mehr Überwindung und man muss mehr Misserfolge verkraften.

Den erfolgreichen Verkäufer als Typ gibt es ebenso wenig wie den Einheitsstyp des erfolgreichen Vorgesetzten. Erfolgreiches Verkaufen erfordert Stimmigkeit zwischen dem Verhalten und der Persönlichkeit. Es gibt also nicht «den Verkäufer» und «den Kunden», weil Menschen nun einmal verschieden sind. Erfolgreiche Verkäufer spielen keine angelernte Rolle. Sie nutzen ihr eigenes Potenzial und wirken dadurch glaubwürdig und authentisch. Sie behandeln auch Kunden nicht nach einem eingedrillten Schema, sondern beachten die Eigenart jedes Kunden.

Effizienz der Prozesse beeinflusst das operative Ergebnis

Der Beruf des Verkäufers erfordert heute einen harten Kampf um Erfolg und hat daher schon «wortmässig» die Brücke zum Kampfsport geschlagen. Kampfsport eignet sich besonders gut, um Begriffe wie Mut, Selbstsicherheit oder Selbstvertrauen direkt und deutlich erlebbar zu machen. Die Philosophie asiatischer Kampfsportarten gibt eine Fülle von Anregungen für erfolgreiches Verkaufen. Zum Beispiel: Erfolg ist nur möglich dank regelmässigem, intensivem Training. Verkaufstraining gepaart mit Selbstverteidigungsübungen fördert

die Stärken und schärft die Wahrnehmung. Die Teilnehmer lernen, sich von der Kraft des Gegners (die Hindernisse auf dem Weg zum Abschluss) nicht beeindruckt zu lassen. Zudem lernen sie, wann sie in bestimmten Situationen angreifen und wann sie nachgeben sollen.

Durch das spielerische Üben von Selbstverteidigungstechniken im Verkaufstraining lernt der Teilnehmer schnell festzustellen, dass die Abwehr oder das Beherrschen bestimmter Situationen nicht so schwer ist, wie es am Anfang aussah. In solchen speziell konzipierten Verkaufstrainings können die Teilnehmer auch lernen, mit der blossen Hand 2 cm dicke Holzbretter zu durchschlagen. Auch diese Mutprobe dient als Metapher für Mut und Entschlossenheit. Die Kommentare der Seminarteilnehmer sind einhellig: Das Erstaunen darüber, dass in so kurzer Zeit so viel Selbstvertrauen zu gewinnen ist. Es werden Leistungs- und Motivationspotentiale erschlossen, welche die meisten sehr überraschen.

In «Im Wettkampf um neue Kunden», «Der Kunde ist unser Schiedsrichter» vom Signum Wirtschaftsverlag finden Interessierte praxisnahe und erprobte Tipps zum Thema «Neukundengewinnung» sowie «Verteidigung von Stammkunden». Beide Bücher sind auch in Englisch erschienen.

Was können Verkäufer von Kampfsportlern lernen?

In einem gesunden Körper steckt ein gesunder Geist. Dieses bekannte Turnhallenmotto ist keine westliche Erfindung. Im Fernen Osten basieren viele Philosophien und Kampfsportarten auf diesem Rezept. Immer häufiger finden die alt-neuen Techniken auch im Verkauf oder im Management Verwendung. Insbesondere der Verkäuferberuf fordert heute die ganze Person. Immer mehr bewegen sich an der psychi-

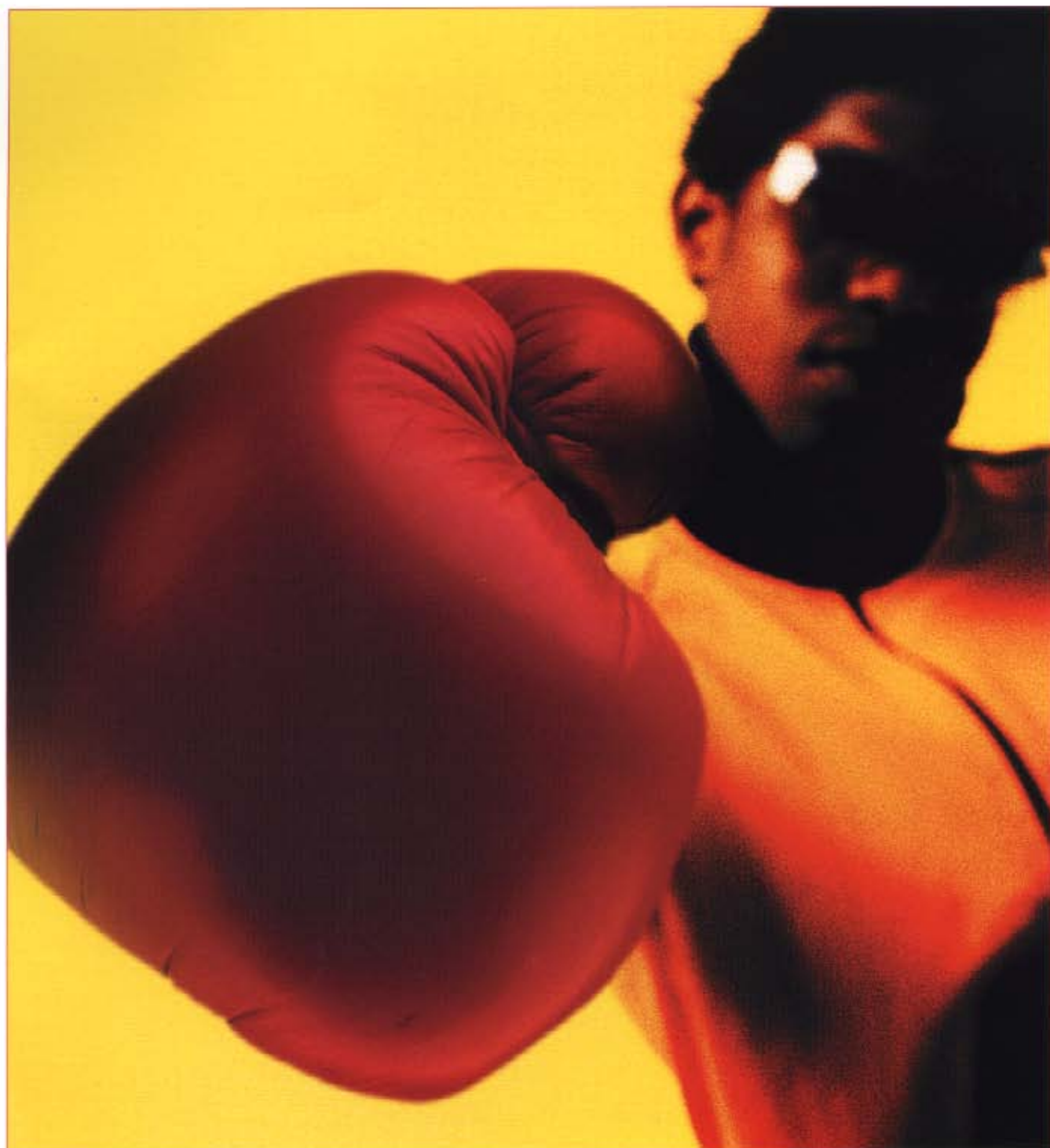
schen und physischen Leistungsgrenze. Erfolg ist keine Frage des Zufalls, sondern Ergebnis konsequenten und methodischen Handelns. Erfolg bedeutet auch «einmal mehr aufstehen als hinfallen»!

Produkte werden austauschbarer und Serviceleistungen immer ähnlicher. Der wichtigste Wettbewerbsvorteil sind deshalb die Mitarbeiter. Es wird in Zukunft immer wichtiger, die bestehenden Ressourcen und Potenziale der Mitarbeiter besser zu nutzen bzw. auszuschöpfen. Früher waren jedoch Kontrollen und Leistungsmessungen der dominierende Massstab. Es wurden Verkaufstechniken vermittelt, die zwar theoretisch nachvollziehbar waren. Sie wurden jedoch nicht umgesetzt, da die individuelle Persönlichkeitsstruktur der Mitarbeiter die Umsetzung verunmöglichte.

Viele Verkäufer kennen ihre Stärken und Schwächen noch zu wenig. Ich konnte vielfach feststellen, dass Verkaufsmitarbeiter von ihrem Grundtyp her mehr Potenzial haben, als sie in der Praxis umsetzen. Sie versuchen sich immer noch an irgendwelche aufgewärmte Erfolgstechniken von selbst ernannten Gurus anzupassen und stehen sich dabei selber im Weg. Das weltbekannte Gallup-Institut hat 270'000 Interviews mit Verkäufern ausgewertet. Botschaft: Wenn man seine Talente und sein Potenzial kennt und versteht, diese zu Stärken auszubauen, besitzt man den Schlüssel zu Spitzenleistungen und Erfolg.

Kampfsport ist eine Lebenseinstellung, eine Philosophie. Es geht zwar in erster Linie ums Kämpfen, aber immer auch im Training – gelten bestimmte Regeln. Als Erstes lernt man im Judo zum Beispiel, richtig zu fallen. Und erst dann, den Anderen zu Fall zu bringen. Kampfsportler entwickeln zudem eine hohe Konzentrationsfähigkeit. Sie verstehen es, Unwichtiges auszuschalten und sich aufs Wesentliche

«ERFOLG IST KEINE FRAGE DES ZUFALLS, SONDERN ERGEBNIS
KONSEQUENTEN UND METHODISCHEN HANDELNS.»



⊗ Kampfsport: Unwichtiges ausschalten und sich aufs Wesentliche fokussieren.

zu fokussieren. Sie sind in der Lage, sich im entscheidenden Moment in Höchstform zu bringen.

Albert Einstein sagte: «Erfolg beruht zu 5% auf Inspiration und zu 95% auf Transpiration».

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

keine Statistik darüber, wie viele Umsätze nicht gemacht wurden, weil man zu früh aufgegeben hat!

Fazit: Wir verlieren heute meist nicht gegen bessere andere Produkte – sondern gegen bessere andere Verkäufer. ■