

Was die besten Verkäufer besser machen als der Rest

Mit Hilfe der NLP-Modelling-Methodik haben die Verkaufsprofis Umberto Saxer und Thomas Frei sowie der NLP-Master-Trainer Ronnie Amsler die besten der besten Verkäufer interviewt und in Aktion beobachtet. – In »Noch erfolgreicher!« präsentieren sie die sieben Schlüsselemente, die jeder Verkäufer in seinem Alltag umsetzen kann.

Autoren: **Ronnie Amsler, Thomas Frei, Umberto Saxer**

1. Erfolgreiche Verkäufer haben für sich einen Kreislauf des Erfolges gefunden.

Mittelmässige Verkäufer fallen nach Misserfolgen, oft aber auch nach Erfolgen, immer wieder in ein Loch, wo Motivation und Ausdauer erlahmen und sie ihre Ziele aus den Augen verlieren. Erfolgreiche Verkäufer haben für sich einen Erfolgskreislauf gefunden, in welchem sie unbeirrt und beharrlich ihre Runden drehen wie Michael Schumacher auf dem Nürburgring. In diesen Erfolgskreislauf haben sie sowohl berufliche Aufgaben wie auch private Bedürfnisse eingebaut (z.B. Hobbies, Familie, Ruhe- und Erholungsphasen), so dass gar nie eine Sinnkrise aufkommen kann.

2. Erfolgreiche Verkäufer geben sich selber Treibstoff in Form von Zielen.

Obwohl die Wichtigkeit von Zielen eigentlich weitgehend erkannt ist, nehmen sich laut Umfragen nur etwa 5 Prozent der Verkäufer wirklich die Zeit, um an ihren Zielen zu feilen. Spitzenverkäufer setzen sich einerseits die kurzfristigen Gesprächs- und Umsatzziele beim Kunden. Aber noch viel wichtiger sind die langfristigen Lebensziele, auf die sie hinarbeiten. Sie machen sich nicht zu viele Gedanken über abgeschlossene oder nicht

abgeschlossene Geschäfte, solange der generelle Kurs in Richtung Lebensziele (Partnerschaft, Familie, Eigenheim, Weltreise, Gesundheit usw.) stimmt. Jeder Kundenbesuch wird als ein Puzzleteilchen eines Lebensplans erlebt. Und das gibt ihnen die nötige Energie, am Ball zu bleiben und auch Rückschläge einstecken zu können.

3. Erfolgreiche Verkäufer haben ein System, das möglichst leicht multiplizierbar ist.

Top-Verkäufer überlegen sich ein System, wie sie eine bestimmte Kundengruppe mit ähnlich gelagerten Bedürfnissen finden. Auf Grund der Gemeinsamkeiten ihrer Kunden kön-

nen sie dann die Verkaufsgespräche knapp und effizient gestalten. Und sie haben eine Strategie, die leicht multiplizierbar ist. Von dieser Strategie weichen sie erst dann ab, wenn sie nicht mehr funktioniert. Dann nehmen sie sich Zeit, eine neue zu finden.

»Jeder Kunde braucht eine individuelle Lösung, aber der Weg ist immer gleich. Dahinter steht ein Konzept.«

Zudem organisieren sich Top-Verkäufer optimal. Laptop, Zeigebuch, Agenda, Visitenkarten und Handy sind immer da, wenn man sie braucht. Denn die Zeit, die ungenutzt verstrichen ist, ist unwiderruflich vorbei. Erfolgsprofis leisten heute einen vol-



Topverkäufer verstärken ihre Erläuterungen mit Hilfe von Zeichnungen, die sie vor den Augen des Kunden entstehen lassen.



Thomas Frei, Umberto Saxer und Ronnie Amsler interviewten die besten der besten Verkäufer, um die Erfolgsgeheimnisse zu erforschen.

len Einsatz, um irgendwann in der Zukunft einen Gang zurückschalten zu können.

4. Der Verkaufsprofi beherrscht seine Gesprächsführung.

Menschen haben bewusste und unbewusste Wünsche und Ängste. Verkäufer erörtern diese mit Beobachtung und einer strukturierten Fragetechnik, so dass der Kunde sich verstanden und gut beraten fühlt. Dazu gehört als A und O die Kundenergründung. Topverkäufern drücken sich einfach und verständlich aus. Sie vermitteln den Kundennutzen attraktiv und überzeugend. Der Kunde wird einbezogen: Einleuchtende Vergleiche, die seiner Vorstellungswelt entnommen sind, und hypnotische Formulierungen fesseln seine Aufmerksamkeit. Einige Verkäufer verstärken dies noch mit Hilfe von Zeichnungen, die sie vor den Augen des Kunden entstehen lassen.

»Ziel des Verkaufsgesprächs soll sein, den Kunden zu bereichern. Die Abschlüsse stellen sich dann ganz von selbst ein.«

Der Kunde soll durch das Gespräch einen Mehrwert haben, das Gefühl, dass es ihm etwas gebracht hat. Er soll sich mit Wohlwollen in erster Linie an den Verkäufer als ein Individuum erinnern und erst in zweiter Linie an die Firma des Verkäufers. Sorgfältig ausgewählte Kleidung unterstützt den tadellosen Eindruck.

5. Eine positive Lebensphilosophie gibt der Arbeit Sinn und wirkt ansteckend.

Um konstant motiviert zu sein, und trotz Rückschlägen mit einer positiven Ausstrahlung die Leute anzustecken, braucht man starke, aufbauende Überzeugungen und ein klares Weltbild. Erfolgsprofis wissen ganz genau, wozu sie etwas tun und dass der Einsatz früher oder später Früchte trägt. Solche von starken Glaubenssätzen genährte Klarheit und Bestimmtheit kommt auch beim Kunden gut an und wirkt sich auf dessen Kaufentscheidung sehr positiv aus. Einige Beispiele für solche beflügelnde Überzeugungen sind: »Ich helfe anderen Menschen zu Lösungen! Ich bin Weltmeister im Besuchen! Das Telefon ist ein Goldaparat! Ich kann das, ich schaffe das!«

6. Wer viel leistet, muss auch immer wieder Kräfte tanken.

Nur ein gut gewartetes Auto bringt den Fahrer zuverlässig ans Ziel. Erfolgsprofis haben Wege gefunden, sich immer wieder die für den Alltag nötige Kraft und Energie zu holen, z.B. mit Tai Chi, Autogenem Training, Selbsthypnose, NLP, Meditation mit Kassetten oder durch den Besuch von Orten der Kraft. Oft finden Spitzenverkäufer auch Rückhalt und Unterstützung bei einem Lebenspartner, manchmal erst nach der Überwindung von einschneidenden Krisen.

7. Nur, wer immer wieder sein Vorgehen analysiert, hinterfragt und neue Impulse aufnimmt, kommt weiter.

Gute Verkäufer wissen genau, was sie warum tun und können auch sehr klar Auskunft darüber geben. Manchmal zwingen auch Lebenskrisen zu einer Standortbestimmung. Aus solchen Krisen resultiert oft eine gut entwickelte Intuition, ein gutes Bauchgefühl, Menschenkenntnis und der Wille zur langfristigen Persönlichkeitsentwicklung. Wichtig ist auch eine gute Allgemeinbildung, um zu den verschiedensten Kunden einen persönlichen Draht zu finden. Und immer wieder der Besuch von Trainings. Spitzenverkäufer investieren viel Zeit, Gedanken und Geld in ihre persönliche Entwicklung. ■

Die Autoren

Ronald Amsler führt als NLP-Master-Trainer, Erfolgscoach und Modeler das NLP-Institut Zürich: www.nlp-institut.ch

Umberto Saxer gehört zu den erfolgreichsten Verkaufstrainern des deutschen Sprachraums und ist Autor des Bestsellers »Bei Anruf Erfolg!«: www.umberto.ch

Thomas Frei ist Verkaufstrainer bei Umberto Saxer Training AG. Zusammen bieten die Autoren das sechstägige Training »Verkaufspower – pur!« (NLP im Verkauf) an.