

Laufend verkaufen



Laufen und Verkaufen haben einiges gemeinsam – nicht nur, dass es anstrengend ist, das gewünschte Ergebnis zu erreichen. So wie ein Marathonerfolg stets der Ertrag monatelangen Trainings ist, muss man auch für den Vertriebs Erfolg stetig an sich arbeiten. Was für zielstrebige Läufer selbstverständlich ist, sollte man daher auch im Verkauf beachten.

Von Staten Island über die fünf Brücken in New York und dann mit jubelndem Herzen angefeuert von Tausenden Zuschauern ins Ziel im Central Park? Oder in Wien den Ring entlang durch das Ziel am Heldenplatz laufen? Was für ein sensationelles Gefühl! Läufer malen sich diese Ziele vor ihrem inneren Auge detailliert aus. Fast schon zum Anfassen. Das motiviert für das lange und manchmal mühsame Training.

Das Ziel immer vor Augen

Läufer stellen sich den Erfolg ganz genau vor. Die Ziele müssen natürlich immer klar definiert sein: spezifisch, messbar, attraktiv, realistisch und terminiert. Im November nächsten Jahres beim Marathon in New York mitmachen

– das ist schon sehr konkret. Und der Traum vom fulminanten Schlussprint, vorbei an Tausenden frenetisch jubelnden Zuschauern, ist für Marathonläufer ein echter Kick. Ohne solche Träume und konkreten Ziele würden viele gar nicht erst die Laufschuhe schnüren, weil das Wozu, der Grund, oder anders – ihre persönliche Motivation – fehlt.

Auch angehende Verkaufsprofis visualisieren ihre Erfolge. Sie setzen sich hohe, aber mit Cleverness und Hartnäckigkeit erreichbare Ziele. Diese können ein ganz bestimmter Neukunde oder ein schwer zu knackender Key-Account sein. Natürlich eignen sich auch ein bestimmter Halbjahresumsatz und ein Verkaufsvolumen, das persönliche Anerkennung schafft und im besten Fall einen Traum wahr werden lässt. Topverkäufer lassen ihr Ziel nicht aus den Au-

gen, und sie planen smart: was, wie viel, bis wann und auf welche Art und Weise.

Der Verkaufsplan

Vom Sportmuffel zum Marathonläufer zu werden, ist machbar. Genauso ist es möglich, vom Verkaufsneuling zum Vertriebsexperten zu werden. Fleiß und Disziplin reichen jedoch nicht aus. Es braucht einen Plan. Der angehende Läufer kann keineswegs einfach loslaufen, gerade wenn er sich ein so ambitioniertes Ziel wie den Marathon gesetzt hat. Wen wundert's, dass viele die Laufschuhe wieder an den Nagel hängen: Voll wilder Entschlossenheit rennen einige los, überfordern oder verletzen sich sogar und sind frustriert, dass sie nicht besser werden, obwohl sie dreimal die Woche hart trainieren.



Über den Autor

Andreas Butz

weckt Potenziale.
Sein Marken-
zeichen: Hemd,
Krawatte, Sakko

– und Laufhosen. Denn er weiß, wie man in Laufschuhen Karriere macht. Seine großen Leidenschaften: Laufen und Verkaufen. Er tritt als Redner bei Salesmeetings auf und bringt überraschende, so noch nie gehörte Impulse. Mit seinen Vorträgen versetzt der Marathonmann Unternehmen und Menschen in Bewegung. Er ist überzeugt, dass sich die Strahlkraft des Sports für die Unternehmensmarke und die Teambildung nutzen lässt.

Ähnlich ist es beim planlosen Rumtelefonieren. Das führt zu nichts. Mit ganz viel Glück kommt bei 500 Anrufen vielleicht ein Neukunde dazu. Doch es gibt Hoffnung: Immerhin meistern jährlich Hunderttausende Menschen die Königsdisziplin des Laufens. Ihr Geheimnis: ein maßgeschneiderter, ausgeklügelter (Trainings-)Plan. Damit entwickelt sich der schnell ermüdende und von Muskelkater geplagte Laufanfänger systematisch zum Ausdauerwunder, das nicht nur den Halbmarathon bezwingt, sondern auch die 42,195 Kilometer schafft. Ohne systematische Steuerung des Trainings ist das unmöglich.

So wie der angehende Marathonläufer lernt, wie viele wöchentliche oder monatliche Trainingskilometer er für das Erreichen des nächsten Fitnesslevels benötigt, müssen auch Verkäufer die Anzahl an Kontakten, Interessenten und notwendigen Angeboten für ihren gewünschten Umsatz ganz genau kennen. Am besten macht man es wie zielgerichtete Sportler, die ein Trainings-

tagebuch führen und auswerten. Man kann das Vertriebscontrolling dafür nutzen. Die Etappenziele sind ebenso planbar wie das große Umsatzziel zum Jahresende.

Mit Liebe zum Detail

Der große Tag rückt näher. Läufer kümmern sich spätestens in der Woche vor dem Marathon um die Details. Klar, die Länge der Strecke stand schon bei Trainingsbeginn fest. Doch beim Laufen so vieler Kilometer ist es wichtig zu wissen, wo man sich eine Banane oder ein Getränk holen kann. Gibt es nur Wasser, oder bekommt man auch isotonische Getränke, Obst oder Energieriegel? Wo sind die Toilettenhäuschen und wo im Notfall die medizinische Versorgung? Wo befinden sich zugige Brücken und Anstiege? Wo stehen Betreuer und Fans? Wie lange soll man sich an seine Tempovorgaben halten? Ab wann kann man durchstarten und alles aus sich herausholen?

Auch beim Verkauf gilt es sicherzustellen, dass man alles Notwendige vorher weiß: Selbstverständlich gehört es dazu, die Produkte in- und auswendig zu kennen. Es ist jedoch noch viel wichtiger, über sein Gegenüber Bescheid zu wissen. Worauf legt der Kunde wert, wofür interessiert er sich? Blickt er eher pragmatisch auf die Welt – Hauptsache, das Wasser läuft und der Wasserhahn tropft nicht? Oder legt der Kunde Wert auf saubere Verarbeitung oder ein hochwertiges Design? Welchen Herausforderungen begegnet der Kunde momentan, wie sieht sein tatsächlicher Bedarf aus? Wie ist die Wettbewerbssituation? Wie verlief der Kontakt bisher? Nur so gewinnt man als Verkäufer das Vertrauen des Kunden. Und nur so hat man genügend Selbstbewusstsein, um sicher aufzutreten und die eigene Verhandlungsposition zu stärken. Mit etwas Liebe zum Detail klappt's auch mit dem Verkaufen. ■

Das Buch zum Thema



Andreas Butz
und Axel vom
Schemm

Schwitzen für Erfolg

In Laufschuhen Karriere machen

In diesem Praxisratgeber wird erklärt, wie die ertümlichste und natürlichste Fortbewegungsart des Menschen die berufliche Karriere beflügelt. Die Autoren wissen: Laufen ist nicht nur der kürzeste Weg zu mehr Gesundheit, Energie und Leistungsfähigkeit, sondern auch eine Wunderwaffe gegen Konzentrationsschwäche, Jetlag und Stress – ein Allheilmittel für mehr Lebensfreude, Selbstwertgefühl, körperliche und geistige Widerstandsfähigkeit.

Laufcampus, 2015

€ 25,60

ISBN: 978-3-946175-75-9