

Dipl.-Kfm. Ralf Koschinskis Praxis-Tipps  
für Führungskräfte im Verkauf



## Machen Sie 2012 zu Ihrem Jahr!

Den Jahreswechsel empfinde ich immer als eine ganz besondere Zeit! Geht es auch Ihnen so? Dann kennen Sie dieses immer wieder aufregende Gefühl:

Das Jahr liegt noch komplett vor uns, mit all seinen Chancen, Möglichkeiten und Erlebnissen. Neue Projekte, neue Ziele, neue Menschen warten auf uns in einem ganz sicher spannenden Jahr.

Eine schöne Zeit – aber auch eine besondere Herausforderung für Sie als Führungskraft. Denn:

Erfahrungsgemäß halten der frische Schwung und die neue Motivation nicht lange an. Die Gefahr ist groß, dass schon nach ein paar Monaten der Alltagstrott wieder einkehrt und die Dynamik des Jahresanfangs zunehmend versickert.

Es sei denn, Sie als Führungskraft sorgen dafür, dass der Schwung erhalten bleibt. Das ist gerade beim Jahreswechsel 2011/2012 so wichtig, weil die Berufspessimisten jetzt schon wieder eine neue Krise und einen wirtschaftlichen Abschwung für 2012 vorhersagen.

Deshalb widmet sich die neue Ausgabe meines Coaching-Briefs der Motivation und Begeisterung. Die Frage lautet hier:

Wie halten Sie und Ihr Team über das ganze Jahr 2012 die Begeisterung wach, damit Sie Ihre Ziele sicher erreichen und Herausforderungen meistern? Meine Antwort darauf:

Im Schwerpunkt-Thema auf den beiden folgenden Seiten finden Sie sieben einfache Techniken und Denkanstöße, mit denen Sie jeden Tag positiv angehen, den Spaß am Verkauf wachhalten und so 2012 zu einem guten Jahr machen – egal, was mit der Weltwirtschaft auch passiert!

Ihr

Dipl.-Kfm. Ralf Koschinski

Den Titelbeitrag können Sie auch als  
Audio-Datei zum Hören herunterladen:

<http://www.koschinski.intem.de/cb>



### Inhalt

- Wie Sie den Spaß am Verkauf wachhalten: Sieben Tipps und Denkanstöße für 2012
- Lassen Sie sich von den erfolgreichsten Unternehmen der Welt anregen
- Erfolgreiche Fragetechnik für Fortgeschrittene

### Kontakt:

Dipl.-Kfm. Ralf Koschinski  
Am Anger 1 • 99102 Klettbach  
Tel. 036209 469409 • Fax: 036209 469404  
<http://www.koschinski.intem.de>  
[r.koschinski@intem.de](mailto:r.koschinski@intem.de)

„2012 kommt der nächste Abschwung!“ – „2012 wird wieder ein Crash-Jahr!“ – „Die nächste Krise steht schon vor der Tür!“ Die Medien sind voll von pessimistischen Vorhersagen für das neue Jahr. Jetzt kommt es darauf an, sich davon nicht nervös machen zu lassen. Mit den folgenden sieben Ideen, Methoden und Denkanstößen bewahren Sie sich Ihre Begeisterung und halten sie dauerhaft über das ganze Jahr wach.

## Wie Sie den Spaß am Verkauf wachhalten: Sieben Tipps und Denkanstöße für 2012

### Tipp 1: Inspiration und Anregung

Inspirationen, neue Anregungen und Erlebnisse zählen zu den wirksamsten Motivatoren, die den Spaß an der Arbeit und das Engagement wachhalten. Wer glaubt, im Verkauf schon alles erlebt zu haben, begibt sich deshalb schnell in eine Sackgasse. Die Arbeit wird so zu einem langweiligen Trott. Suchen Sie sich deswegen Anregungen und neue Ideen an jedem einzelnen Tag! Zum Beispiel so:

- Lesen Sie regelmäßig aktuelle Zeitschriften und Newsletter über Verkauf (so wie meinen Coaching-Brief).
- Besorgen Sie sich die neuesten Bücher über Verkauf, und suchen Sie darin gezielt nach neuen Ideen oder Aspekten, die Sie noch nicht kannten.
- Lassen Sie sich von erfolgreichen Unternehmen inspirieren, und überlegen Sie, was Sie davon auf Ihre eigene Arbeit übertragen können (siehe Seite 4 in dieser Ausgabe).

So entdecken Sie immer wieder neue Facetten am Verkauf – und haben laufend Ideen, mit denen Sie Neues ausprobieren können.

### Tipp 2: Halten Sie sich die Gründe vor Augen

Einer der häufigsten Gründe für nachlassende Motivation ist: Wir vergessen, warum wir uns eigentlich so anstrengen. Halten Sie sich also Tag für Tag möglichst plastisch vor Augen, was es für Sie bedeutet, wenn Sie Ihre Ziele erreichen. Malen Sie sich regelmäßig aus, wie gut Sie sich fühlen werden, wenn Sie das nächste große Ziel erreicht haben.

### Tipp 3: Machen Sie Ihre Ziele öffentlich

Erzählen Sie Freunden, Kollegen, dem Partner oder Familienangehörigen, was Sie erreichen wollen. Berichten Sie von Ihren Zielen. Das hat zwei wichtige Auswirkungen:

- Sie verpflichten sich stärker, dieses Ziel auch wirklich zu erreichen, damit Sie später nicht in die Situation kommen müssen, das Scheitern einzugestehen.
- Und vielleicht noch wichtiger: Von den Menschen, denen Sie von Ihren Plänen erzählt haben, werden Sie immer Unterstützung und Ideen bekommen, die Ihnen dabei helfen, Ihre ehrgeizigen Ziele tatsächlich zu erreichen.

### Tipp 4: Messen Sie sich mit Ihren Kollegen

In Ihrem Team gibt es keinen Verkaufs-Wettbewerb? Davon sollten Sie sich nicht abhalten lassen, Ihren persönlichen Wettstreit zu starten:

#### Extra-Tipp:

Unbeweglichkeit ist der größte Feind des Erfolgs. Trotzdem machen viele Führungskräfte im Verkauf einen entscheidenden Fehler: Sie ändern an Organisation oder Arbeitsabläufen erst dann etwas, wenn der Erfolg ausbleibt. Die Folge: Alltagstrott hält leichter Einzug, Dynamik geht verloren. Was Sie jetzt tun sollten: Überlegen Sie, was Sie 2012 anders machen können – auch dann, wenn es dazu (noch) keinen zwingenden Grund gibt. Welche Abläufe können Sie ändern? Welchen organisatorischen Ballast über Bord werfen? Wie den Tages- oder Wochenablauf modifizieren? Wie können Sie Meetings neu gestalten, damit keine Routine einkehrt?



- Kollege Müller gilt bei Ihnen als der beste Verkäufer? Dann nehmen Sie sich für 2012 vor, seine Zahlen oder seine Abschlussquote noch zu toppen.
- Sie selbst sind schon die Nummer eins? Dann feilen Sie an Strategien, um Ihre Spitzenposition 2012 zu verteidigen.

### **Tipp 5: Verbinden Sie das Nützliche häufiger mit dem Angenehmen**

Wir schieben wichtige Aufgaben vor uns her oder packen sie gar nicht erst an, wenn sie wie harte und unangenehme Arbeit wirken. Daraus lässt sich eine ganz einfache Motivationsidee ableiten, die Sie auf jeden Fall ausprobieren sollten:

Fragen Sie sich, wie diese harte Arbeit aussehen müsste, damit sie Ihnen Spaß machen würde. Anders ausgedrückt: Fügen Sie gerade anstrengenden und schwierigen Aufgaben einen Spaßfaktor hinzu. Ein einfaches Beispiel macht deutlich, wie es funktioniert:

- Wenn Sie in Ihrer Freizeit nichts lieber machen als zu kochen und zu essen, verlegen Sie Gespräche oder Treffen häufiger in Restaurants, die Sie schon lange einmal besuchen wollten.

### **Tipp 6: Trainieren Sie Geduld**

Dies ist eine der am häufigsten übersehenen Motivationsfallen: fehlende Geduld. Menschen, die im Vertrieb oder im Verkauf arbeiten, sind häufig Menschen, die dynamisch voranschreiten und gerne Neues anpacken. Doch oft sind schnelle Erfolge im Verkauf nicht möglich, wenn beim Kunden die Prozesse länger dauern. Die Wartezeit und der Stillstand führen dann bei Verkäufern schnell zu Frust und Demotivation. Das heißt für Sie:

- Trainieren Sie Ihre Geduld mit dieser einfachen Technik: Zerlegen Sie das große Ziel „Abschluss“ in kleine Zwischenziele, deren Erreichen Sie dann jeweils feiern können.
- Lernen Sie, sich auch über kleine Fortschritte zu freuen, und halten Sie sich dabei jeweils vor Augen, dass Sie dem großen Ziel schon wieder einen Schritt näher gekommen sind.

### **Tipp 7: Verwirklichen Sie 2012 einen persönlichen Traum**

Hohe Motivation und volle Leistung über einen langen Zeitraum von Jahren und Jahrzehnten können Sie nur dann erbringen, wenn Sie sich selbst ausreichend Gelegenheiten zum Auftanken und Entspannen geben. Planen Sie also entsprechende Ruhephasen fest ein, die Sie am besten mit Menschen verbringen, die Ihnen wichtig sind. Und mit dem folgenden Tipp gehen Sie noch einen Schritt weiter:

- Nehmen Sie sich für 2012 etwas vor, was Sie „schon immer einmal machen“ wollten. Verwirklichen Sie einen persönlichen Traum, den Sie schon immer wegen Zeitmangels vor sich hergeschoben haben. Egal, ob es sich um eine Reise, ein Hobby oder ein Projekt handelt: Planen Sie jetzt für 2012 Zeit dafür ein, und verpflichten Sie sich, diesen Termin mit sich selbst auch einzuhalten!

### **Extra-Tipp: Information motiviert**

Das Jahr beginnt in vielen Unternehmen mit Planungen für die Zukunft: Die Geschäftsleitung kündigt neue Produkte an, eine Umstrukturierung oder neue Software ... Doch dann hören die Mitarbeiter lange Zeit nichts mehr davon. Das erzeugt bei den Mitarbeitern schnell das Gefühl, dass „die da oben“ auch nicht wissen, was sie tun, und „ihr eigenes Süppchen kochen“. Was Sie nun tun sollten: Planen Sie jetzt ein, wann Sie Ihr Team über laufende Projekte und Vorhaben in Ihrem Unternehmen informieren. Berichten Sie regelmäßig über den Stand der Dinge bei diesen Projekten. Das fördert die Identifikation bei Ihren Mitarbeitern.

#### **Mein Extra-Service:**

Sie haben Spaß an diesen schnellen Tipps und Methoden zur Motivation? Dann holen Sie sich mehr davon! Wie es funktioniert, sehen Sie auf Seite 6.

**Sind auch Sie fasziniert vom aktuellen Erfolg von Unternehmen wie z. B. Apple oder Amazon? Die Kunden scheinen ihnen nur so zuzufliegen. Mein Tipp für Sie: Lassen Sie sich von den erfolgreichsten Firmen der Welt anregen! Was machen diese Unternehmen, was Sie auf Ihre Arbeit übertragen können?**

## Lassen Sie sich von den erfolgreichsten Unternehmen der Welt anregen

### Nehmen Sie zum Beispiel Apple:

Viel wird über das herausragende Design und die einfache Bedienbarkeit der Produkte gesprochen. „Was sollte ich davon für den Verkauf lernen?“, fragen Sie sich möglicherweise. Dann schauen Sie sich die Strategie des Computerkonzerns einmal genauer an:

Der Kunde wird von einem gut gestylten Produkt angelockt. Wenn der Kunde es einmal besitzt, stellt er fest, dass es auch gut funktioniert. Doch der Kunde macht noch eine weitere Entdeckung:

Noch besser funktioniert es im Zusammenspiel mit den anderen Produkten und Dienstleistungen von Apple. Der MP3-Spieler lässt sich am einfachsten mit der Musik aus dem Apple-Store befüllen. Die Adressen, Termine und Telefonnummern lassen sich am einfachsten mit dem Büro-Computer abgleichen, wenn auch dieser aus dem Hause Apple stammt. Kurz: Hier ist ein geschlossenes System entstanden, das der Kunde gar nicht mehr so einfach verlassen kann. Mehr noch: Er will es gar nicht mehr verlassen, weil es funktioniert und der Umstieg gehörige Mühe machen würde.

**Das heißt für Sie:** Versuchen Sie, mit Ihren Produkten und Serviceleistungen ein ähnliches System aufzubauen. Bieten Sie Leistungen und Produkte, die die Nutzung Ihres Hauptproduktes noch einfacher, bequemer oder angenehmer für den Kunden machen. Stellen Sie sich für 2012 die Frage: Wie können wir unsere Kunden fangen und dann im Netz unserer Produkte und Leistungen festhalten?

### Oder denken Sie an Amazon:

Die große Auswahl, die günstigen Preise und der schnelle Service werden oft als Gründe für den Erfolg des Online-Kaufhauses genannt. Doch es gibt einen weiteren entscheidenden Grund für die stetig steigenden Verkaufszahlen:

Amazon vergisst nichts und weiß, was Sie haben wollen: Wenn Sie einmal über die Suchfunktion nach einem bestimmten Produkt gefahndet, es aber dann nicht bestellt haben, werden Sie genau dieses Produkt beim nächsten Besuch der Amazon-Startseite groß angeboten bekommen – zusammen mit möglichen Alternativen. Und wenn Sie es dann gekauft haben, sehen Sie sofort in der Bestellbestätigung und noch lange Zeit danach auf der Startseite passende Zusatzprodukte, die andere Kunden gleich mitbestellt haben.

**Das heißt für Sie:** Lassen Sie sich von diesem ausgeklügelten Empfehlungssystem anregen, Ihren eigenen Zusatzverkauf 2012 zu optimieren. Welcher Kunde könnte welches Zusatzprodukt gebrauchen? Welches Produkt B ergänzt Produkt A optimal? Ist sichergestellt, dass jeder Kunde diese zusätzlichen Angebote bekommt und wahrnimmt?

### Extra-Tipp:

Anregungen für den erfolgreichen Verkauf können Sie überall im Alltag finden: Immer wenn Sie von einem Unternehmen, einem Produkt, einer Serviceleistung, einer Beratung oder einer Werbung selbst begeistert sind, könnte darin eine gute Idee für Ihre Arbeit im Verkauf schlummern. Fragen Sie sich dann: Was war daran gut? Warum habe ich selbst gekauft? Was hat mich daran begeistert? Und wie kann ich diese Technik selbst nutzen?

**Die Fragetechnik ist entscheidend für den Verkauf – das weiß jeder, der im Verkauf arbeitet. Doch in harmlosen und scheinbar richtigen Fragen kann auch die Ursache für den Misserfolg eines Verkaufsgesprächs liegen. Dieser Artikel zeigt Ihnen deshalb eine Fragetechnik für Fortgeschrittene.**

## Erfolgreiche Fragetechnik für Fortgeschrittene

Viele Verkäufer beginnen das Verkaufsgespräch mit einer Frage wie: „Was können wir für Sie tun?“ – „Welche Probleme haben Sie denn?“ Oder auch: „Was wünschen Sie sich?“ Dann bauen sie aus den ersten Antworten ihre folgende Nutzenargumentation auf und bieten dem Kunden das passende Produkt.

Das funktioniert häufig – aber oft ist diese Fragetechnik auch der Grund für einen Misserfolg. Denn der Verkäufer, der eine Frage wie diese stellt, macht gleich zwei Annahmen:

- Der Kunde weiß genau, was er wirklich will und braucht.
- Der Kunde gibt offen zu, was er wirklich braucht.

Beides trifft häufig aber nicht zu! Kunden wissen oft nicht, was sie genau haben wollen oder wo die Ursache für ihr Problem liegt. Und sofern sie es genau wissen, reden sie nicht immer offen darüber.

Die Konsequenz für Sie: Erweitern Sie Ihre Eingangsfrage zu einer kleinen Straße von drei Fragen, die Sie mit jedem Kunden durchgehen, um gemeinsam mit ihm seine wahren Wünsche zu finden, damit Sie ihm genau das richtige Produkt mit den passenden Argumenten verkaufen können.

### Frage 1: „Was ist Ihnen wichtig an ...?“

Stellen Sie als Erstes Fragen wie: „Was ist Ihnen wichtig bei einer Geldanlage?“, „Was ist Ihnen an der XY-Maschine besonders wichtig?“, „Was ist Ihnen wichtig, wenn Sie neue Berufskleidung einkaufen?“ Dadurch erfahren Sie, was für den Kunden der maßgebende Faktor bei seiner Entscheidung sein wird.

### Frage 2: „Was verstehen Sie unter ...?“

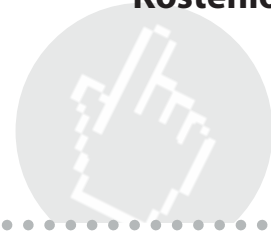
Durch die zweite Frage stellen Sie sicher, dass es keine Missverständnisse gibt. Was der Kunde unter einer Eigenschaft wie „gute Qualität“ oder „günstiger Preis“ versteht, ist häufig etwas anderes als das, was sich der Verkäufer darunter vorstellt. Deshalb müssen Sie nachfragen! Hat der Kunde zum Beispiel gesagt, dass für ihn der günstige Preis am wichtigsten ist, fragen Sie nach: „Was verstehen Sie unter einem günstigen Preis?“ Fragen Sie so lange nach, bis Sie ganz sicher sind, dass Missverständnisse ausgeschlossen sind.

### Frage 3: „Warum ist Ihnen das so wichtig ...?“

Durch diese Frage bekommen Sie Einblick in die Motivation und seine Ziele. Stellen Sie zum Beispiel die Frage: „Warum ist Ihnen der Preis so wichtig?“, dann ist eine Antwort wie diese denkbar: „Wir haben ein Sparprogramm und müssen jetzt mit einem begrenzten Budget arbeiten.“ Schon haben Sie einen tiefen Einblick in die Situation (und die Nöte) des Kunden gewonnen und können ein genau abgestimmtes Angebot machen.

### Extra-Tipp:

„Wer fragt, gewinnt“ ist eine alte Erkenntnis, die auch meistens zutrifft – aber nicht immer sofort. Denn es gibt Situationen, in denen Fragen zu Beginn noch nicht angebracht sind. Beispiel: Der Kunde hat wenig Ahnung von dem Thema. Er weiß nicht, worauf es ankommt. Dann braucht er einen Verkäufer, der ihm wie ein guter Berater sagt, was er wissen muss, um eine richtige Entscheidung zu treffen. Haben Sie ihn kurz auf den richtigen Wissensstand gebracht und dadurch bereits Vertrauen aufgebaut, können Sie mit den Fragen beginnen.



## Mehr Tipps für dauerhafte Motivation und Begeisterung

Bewahren Sie Ihre gute Stimmung, Ihre positive Einstellung und Ihren Spaß am Verkauf – egal, was 2012 auf uns zukommt. Dazu habe ich weitere einfache Techniken und Quick-Tipps zusammengestellt, die Ihnen dabei helfen.

Mein Tipp: Verteilen Sie die Liste an alle Ihre Mitarbeiter und sammeln Sie einmal gemeinsam in einem Meeting eigene Tipps und Ideen, die bei der Selbstmotivation wirksam sind!

Klicken Sie einfach hier, um Ihr Exemplar als PDF anzufordern:

<http://www.koschinski.intem.de/cb/leser-service.php>

Oder schicken Sie das Formular ausgefüllt an meine Fax-Nummer.

Fax 036209 469404

**Ja, bitte senden Sie mir die Quick-Tipps für dauerhafte Motivation.**

Vorname/Name

Firma

Straße/Postfach

PLZ/Ort

E-Mail-Adresse

**Ich habe eine Frage zu diesem Coaching-Brief – bitte rufen Sie mich dazu an! Sie erreichen mich am besten:**

Datum

Zeit

Tel.-Nr.

**Tun Sie einem Freund oder Bekannten etwas Gutes!** Tragen Sie hier Namen und E-Mail-Adresse eines Freundes oder Bekannten ein. Dann sende ich ihm diese Ausgabe des Coaching-Briefs mit einem freundlichen Gruß von Ihnen:

Vorname/Name

E-Mail-Adresse