SCENE INSIGHT - Das ist die Startup-Szene in München!

DE 5,80€ - AT 6,70€ - CH 8,90 SFr.

Startup Valley.news

05/2017

WE THINK GLOBAL

The Founder Magazine

Startup Valley .news

Deutschland € 5,80
Österreich € 6,70
Schweiz CHF 8,90
Luxemburg € 6,90

Recruiting

Wie man die besten Talente gewinnt

Klare Ziele für smarte Start-ups

LIMBERRY gründet neues Label

Wie Du den bösen Stress sofort stoppst

Felix Thönnessen

Nein, ich möchte keinen Kaffee mit dir trinken gehen

"Wissen macht Nichts oder wie wir endlich das tun, was wir wissen"

Körpersprache

Und wie wirken Sie?

Sorgenkind Vertrieb

InsureTechs

Aufbruch in ein neues Zeitalter oder das Ende einer Illusion?

Carsten Maschmeyer

Das Interview über die Deutsche Start-up-Szene

Warum Du jetzt ein Food Startup gründen solltest?

"Wissen macht Nichts - oder wie wir endlich das tun, was wir wissen"

Tobias Ain

Tobias Ain ist Vortragsredner und Verkaufstrainer. Er ist Autor verschiedener Bücher zum Thema Verkauf. Als Verkaufsexperte wurde er bereits einem breiten Publikum, unter anderem über Pro7, Sat1, RTL und WDR, bekannt. Über 25.000 erfolgreiche geführte Verkaufsgespräche und 25 Jahre Verkaufserfahrung haben ihn zum Praxisprofi gemacht. www.tobiasain.de

Wenn es darum geht ein gutes Geschäft zu machen, einen neuen Kunden zu gewinnen oder endlich aus einem guten Verkaufsgespräch einen Auftrag zu machen, wissen wir meist ganz genau wie es geht, aber im entscheidenden Moment fehlt uns einfach dieses Wissen.

Das beste Verkaufsgespräch führen Verkäufer daher immer fünf Minuten nach dem Verkaufsgespräch. Nach dem Motto: "Ich hätte doch … sagen können oder noch das machen können" sind wir im Nachhinein immer schlauer.

Aber warum wissen wir häufig genau was wir tun oder sagen sollen, und was können wir tun, dass uns immer genau das Richtige im richtigen Moment einfällt?

Das "Supermarkt-Problem"

Wahrscheinlich kommt Ihnen folgende Situation sehr bekannt vor: Sie fahren zum Supermarkt und machen die ein oder andere Besorgung. Alles was Sie brauchen könnten kommt in den Einkaufswagen und während Sie so durch die Gänge fahren fällt Ihnen noch das Ein oder Andere auf, das Sie gebrauchen können. Sobald Sie alles haben fahren Sie an die Kasse, bezahlen und fahren nach Hause. Zu Hause angekommen, noch bevor Sie alles auspacken konnten, fällt Ihnen ein, was Sie alles vergessen haben. Sie ärgern sich, weil Sie doch gerade da waren und fragen sich: "Warum viel mir das bloß nicht im Supermarkt ein?".

Dieses "Supermarkt-Problem" begegnet uns nicht nur im Supermarkt, sondern in allen möglichen Situation, bei denen wir Dinge vergessen wo diese uns eigentlich einfallen sollten. Das Problem ist unser Gehirn. Nicht das wir so vergesslich sind, nein wir können nur nicht in Kontexten denken. Das heißt unser Gehirn gibt uns nicht automatisch die Informationen, die wir gerade an dem Ort brauchen können wo wir gerade sind.

Was im Supermarkt hilft, hilft auch bei Verkaufsgesprächen und Verhandlungen: eine Erinnerung. Für den Supermarkt schreiben wir uns womöglich einen Einkaufszettel, im Verkaufsgespräch könnte es ein visueller Gesprächsleitfaden sein. Eine Art Erinnerungshilfe, auf dem alle relevanten Themen und wichtigen Fragen dargestellt sind. Auf einer solchen visuellen Hilfe könnten wir dann direkt die Antworten des Gesprächspartners und die Ideen schreiben. So können Sie sicher gehen, nichts im Gespräch zu vergessen.

Auch das Wie, also wie wir erfolgreich Verkaufsgespräche führen können, können Sie sich als visuelle Erinnerungshilfe zurechtlegen. Vielleicht haben Sie ein kleines Schreibbuch oder ein paar Karten auf denen Sie zum Beispiel gute Antworten auf verschiedene Kundeneinwände notieren.

Die meisten Ziele scheitern am Weg

All zu häufig wird uns suggeriert, wir müssten nur ein gutes Ziel haben um großartige Dinge zu schaffen. Und natürlich macht es Sinn, dass Sie sich Ziele setzen. Denn wer kein Ziel hat irrt womöglich in die falsche Richtig.

Ein Ziel allein hat aber noch keinen Verkäufer erfolgreich gemacht. Wenn Sie ein Ziel erreichen wollen, müssen Sie auch den Weg gehen. Es reicht zum Beispiel nicht ein Umsatzziel von zehn Prozent Plus zu haben. Viel wichtiger ist hier die Frage nach dem Wie. Wie können Sie zehn Prozent Umsatzsteigerung erreichen? Vielleicht brauchen Sie ein neues Produkt, vielleicht müssen Sie neue Mitarbeiter einstellen oder Sie müssen ganz neue Märkte ansprechen.

Ein Ziel ohne Strategie erinnert sonst eher an einen Mann, der einen Baum mit einer stumpfen Säge sägt, weil er keine Zeit hat seine Säge zu schärfen. Nehmen Sie sich die Zeit über eine Strategie für Ihre Ziele nachzudenken.

Die Macht der Intuition

Wie am Anfang des Artikels beschrieben, wissen wir eine ganze Menge und wissen tief in uns genau wie wir Herausforderungen lösen können. Verkäufer wissen ganz genau wie Verkaufen geht. In Seminaren kann man das sehr gut beobachten wenn der Trainer Fragen stellt und jeder eine gute Antwort dazu findet.

Ja das Wissen wie Verkaufen geht ist bereits da, zumindest in großen Teilen.

Im Bauch oder im Unterbewusstsein befindet sich bereits die Lösung für viele Herausforderungen im Verkauf. Wie können wir nun dieses Wissen anzapfen?

Indem wir auf unser Bauchgefühl oder auf unsere Intuition einfach öfter hören. Verkaufen ist Emotion, deshalb werden Verkaufsgespräche nicht mit dem Kopf gewonnen. Gute Kommunikation funktioniert von Mensch zu Mensch und nicht von Kopf zu Kopf. Das ist auch der Grund warum Fachwissen zwar wichtig ist, aber Aufträge durch andere Qualitäten gewonnen werden.

Routinen sind der Schlüssel für mehr Umsetzungskompetenz

Der beste Weg ins Handeln zu kommen und das Umzusetzen, was wir eigentlich auch wissen, sind Routinen. Was wir aus Routine tun, bereitet uns weniger Anstrengung. Wir müssen nicht mehr so viel darüber nachdenken.

Das bedeutet für Sie:
Schaffen Sie neue Routinen für Ihre Ziele und Sie müssen sich mindestens für eine gewisse Zeit sehr anstrengen, dass aus Ihrem Wissen Routinen werden.

Foto: Fotolia.com - © Rawpixel.com