

## **Prolog**

*Was Sie zu Beginn der Lektüre wissen sollten.*



### **1. Die Vorgeschichte**

Die Aufgabenstellung des Kunden war simpel und leicht verständlich: „Entwickeln Sie für unsere 50.000 Verkäuferinnen und Verkäufer ein spannendes Lernprogramm in Form eines Buches oder Manuals, das es unseren Führungskräften ermöglicht, die Mitarbeiter vor Ort zu trainieren.“ Auf diese Weise sollten die eigenen Ressourcen in den Meetings genutzt werden. Wenn die Führungskräfte mit ihren Mitarbeitern zusammensitzen, sollten sie die Möglichkeit haben, diese auf einer handelskonzernweiten gemeinsamen Basis zu trainieren und die Verkaufperformance vor Ort, in den einzelnen Filialen, zu verbessern.

Der Auftraggeber, die Abteilung für Personal- und Organisationsentwicklung eines großen deutschen Handelskonzerns, hatte erkannt, dass es für sein Unternehmen nicht profitabel und nicht nachhaltig genug war, die Mitarbeiter auf externe Verkaufsseminare oder -workshops zu schicken. Dort wurden sie zwar zeitintensiv trainiert, eine interne Überprüfung ergab jedoch, dass das so vermittelte Wissen zu achtzig Prozent bereits nach wenigen Tagen wieder „vergessen“ war und von den Verkäufern nicht wirklich in ihrer persönlichen Kompetenz umgesetzt wurde.

Bei einer solchen Anforderung musste nicht nur die Trainingsmethode überprüft werden, sondern es stellte sich auch die Frage: Welches ist das Wissen, das den Verkäuferinnen und Verkäufern in ihrem Verkaufsalltag wirklich hilft? Was bringt sie weiter? Was unterstützt sie bei ihrer täglichen Begegnung mit den Kunden? Was hilft ihnen auf der Ebene der persönlichen Fitness?

### **2. Was erwartet Sie?**

Sobald das zu vermittelnde „Wissen“ mit den Führungskräften und aus dem Unternehmen ausgewählten Verkäufern herausgefiltert war, galt es dieses in „verdauliche“ Lerneinheiten zu portionieren, in „Nano-Know-hows“, die auch in Kurz-Sessions vermittelt werden können. Eine erste Grob-Unterteilung erfolgte in die vier Hauptphasen eines Kundengesprächs, wie die Verkäuferinnen und Verkäufer – also Sie – es täglich in ihren Filialen zigfach erlebten:

- die Begegnung mit dem Kunden, der Einstieg in das Gespräch – „Der Start zum Erfolg“,

- erfahren, was der Kunde möchte - „Zuhören und Verstehen“,
- dem Kunden etwas individuell Passendes anbieten - „Überzeugen und Begeistern“,
- das Kundengespräch beenden mit einem zufriedenen Kunden und einem Kunden, der gerne wiederkommt - „Das Ende ist erst der Anfang“.

Da der Mensch sich Dinge und Wissen besser einprägt, wenn ihnen aussagekräftige Symbole zugeordnet werden, wurde nach solchen merkfähigen Bildern gesucht. Die Idee mit den Spielkarten und -farben konnte schließlich alle überzeugen: Mit den richtig eingesetzten „Trümpfen“ auf dem Weg zum Verkaufs-Ass - ein starkes Bild. Die Illustrationen zu „Paul & Paula“ von André Poloczec sorgen darüber hinaus beim Lernen für erholsame Schmunzelpausen - tanken Sie dabei kurz auf! Paul und Paula werden sogar lebendig: sie berichten immer wieder von ihren Erfahrungen aus dem Verkaufsalltag. Begleitende Geschichten und Zitate regen zum weiteren Nachdenken an - bringen vielfach das Gesagte einfach noch einmal anders „auf den Punkt“. Alles weit entfernt von trockener Theorie, sondern sehr unterhaltsam und einprägsam, wie Sie sehen werden.

Als besonders wichtig erschien allen an der Entwicklung dieses Buches Beteiligten, dass nicht nur das Sales-Know-how - die so genannten Verkaufstechniken -, sondern auch die innere Einstellung des Verkäufers zu seiner Tätigkeit, zu seinen Kunden und auch zu sich selbst (wie sieht und bewertet er sich selbst als Verkäufer) entscheidend für ein erfolgreiches Gespräch mit dem Kunden ist. Der persönliche Auftritt, die Überzeugungskraft und die positive Gestaltung von Kundenbeziehungen hängt zu einem großen Teil davon ab, wie motiviert und begeistert der einzelne Mitarbeiter ist. Die Motivation ist wiederum eine Frage der persönlichen Werte und Überzeugungen, der inneren Einstellung und der prinzipiellen Bereitschaft, sich auf Neues einzulassen und dabei stets dazuzulernen. Das „offene Geheimnis“ lautet: Wer leidenschaftlich gerne verkauft, tut dies nicht nur für das Unternehmen, für das er arbeitet, sondern auch für sich selbst. Denn wer von innen her motiviert ist, wird auch selbst dafür sorgen, dass er einen guten Tag hat. Er wird sich selbst die Voraussetzungen dafür schaffen, immer wieder über sein Denken und Handeln reflektieren und sich um ausgeglichene persönliche Energie-Ressourcen kümmern.

*Niemand kann  
Vertrauen vermitteln,  
wenn er nicht selbst  
Vertrauen hat;  
nur der,  
der überzeugt ist,  
überzeugt.  
Matthew Arnold*

Dabei geht es nicht um ein schnell aufgesetztes Lächeln, wenn der Kunde den Verkaufsraum betritt - schnell ist diese „Maskerade“ durchschaut und lässt bei ihm Zweifel und Skepsis aufkommen. Auch als Verkäufer ist man nicht wirklich zufrieden mit einer solchen Situation. Vielmehr gelingt nur dem Verkäufer eine erfolgreiche Kundenbeziehung, der gelebte Aufrichtigkeit, Ehrlichkeit, Verbindlichkeit, Klarheit und Entschlossenheit zeigt: Erst der Mix von authentischem persönlichen Auftritt und überzeugender

Verkaufs-Kompetenz macht es möglich, dass der Kunde sich angesprochen, verstanden und ernst genommen fühlt. Er kauft, weil er überzeugt, vielleicht sogar begeistert, ist. Und: er kommt und kauft wieder.

### **3. Wie arbeiten Sie mit diesem Buch?**

Sie können dieses Lernprogramm in sechzehn Lektionen einfach von der ersten bis zu letzten Seite durchlesen. Sie können sich aber auch anhand des Inhaltsverzeichnisses diejenigen Lektionen heraussuchen, die aus gegebenem Anlass für Sie vielleicht gerade besonders aktuell sind. Die Aufgaben sollen Ihnen als Anregungen dienen, aktiv mitzuarbeiten, sich auch mit Stift und Papier eigene Gedanken zu machen, sich dadurch des Gelernten bewusster zu werden. Schriftlich festgehalten merkt man sich einiges einfach noch besser. Und Sie können sich Ihre Notizen immer wieder hervorholen und nachlesen oder ergänzen ..., dabei vielleicht sogar selbst sehen, welche Fortschritte Sie machen ...

Wenn Sie mögen, bilden Sie mit Kolleginnen und Kollegen eine kleine Arbeitsgruppe, in der Sie sich über Ihre Erfahrungen und Gedanken austauschen. Sie werden sehen, gemeinsam macht das Lernen noch viel mehr Spaß. Sich im Team oder im erweiterten Kollegenkreis gegenseitig zu unterstützen - auch wenn es mal nicht so gut gelaufen ist - hilft ungemein. Der ein oder andere zusätzliche Tipp eines Kollegen bringt Sie vielleicht entscheidend weiter. Auch Ihre Vorgesetzten dürfen Sie einspannen. Fragen Sie diese, wenn Sie mal nicht weiterkommen oder eine Einschätzung brauchen. Probieren Sie es aus!

*Wenn wir alles täten,  
wozu wir instande sind,  
würden wir uns  
wahrlich in Erstaunen  
versetzen.*

Thomas A. Edison

### **4. Was wir Ihnen noch mit auf den Weg geben möchten:**

Wir wünschen Ihnen viel Spaß mit diesem Buch, gute Erkenntnisse, erheiterte Aha-Erlebnisse und zahlreiche begeisterte Kunden, die immer wieder gerne zu Ihnen kommen. Kurz: Viel Erfolg für Ihren persönlichen Weg zum Verkaufs-Ass!

Ihr  
*Wolf W. Lasko und Peter Busch*