

Vorwort

Kennen Sie auch solche Äußerungen wie: „Wenn ich dessen Kontakte hätte, wäre mir das auch gelungen“? Solche Sätze sagt oder hört man vor allem dann, wenn Mitbewerber den Zuschlag für einen Auftrag oder eine Stelle erhalten haben, um den bzw. die sich ein Bekannter oder man selbst ebenfalls beworben hat. Mit dem Vorurteil, dass „Vitamin B“ etwas ist, was man hat oder was einem mitgegeben wird, räumt das Buch von Jürgen Hauser konsequent auf. Es verdeutlicht, dass gute Beziehungen im beruflichen, aber auch im privaten Umfeld etwas sind, das man sich gezielt erarbeiten kann und sollte; denn sie sind eine zentrale Voraussetzung für beruflichen beziehungsweise wirtschaftlichen Erfolg. Gute Beziehungen werden in diesem Buch allerdings auch noch anders verstanden als nur in dem Sinne, möglichst viele Kontakte zu den „richtigen“ Leuten aufzubauen. Es geht auch um den Aufbau qualitativ guter Beziehungen, die getragen sind durch Vertrauen und gegenseitige Wertschätzung. Dieser – beim Networking oftmals vernachlässigte – Aspekt ist eine zentrale Säule für den beruflichen Erfolg, insbesondere, wenn man im Verkauf tätig ist. Qualitativ gute Beziehungen sind eine Basis für gute Zusammenarbeit mit Kunden, Kollegen und anderen Geschäftspartnern und somit eine, wenn nicht „die“ Quelle für motiviertes und zufriedenes Arbeiten.

Was empfiehlt nun Jürgen Hauser, damit diese Ziele erreicht werden? Der Autor macht überzeugend klar, dass Networking nicht nur eine Technik ist, die man geschickt für seine Interessen einsetzt. Es erfordert vielmehr den ganzen Menschen, das heißt, man muss nicht

nur an seinem Verhalten arbeiten, sondern auch an seinen Einstellungen und Wertschätzungen, um erfolgreich Beziehungen zu knüpfen. Dazu gehört beispielsweise die Fähigkeit und Bereitschaft zur Offenheit, Freundlichkeit, Neugier, aber auch Frustrationstoleranz und Geduld im Umgang mit anderen. Und in diesem Zusammenhang ist vor allem eins wichtig: dass Beziehungsmanagement erst einmal mehr Geben erfordert als Nehmen.

Neben der Behandlung solcher grundsätzlichen Aspekte enthält das Buch auch eine Fülle von konkreten Tipps und Beispielen, wie man erfolgreiches Networking im Beruf und privaten Umfeld systematisch und kreativ gestalten kann. Sehr gut hat mir dabei insbesondere der Aspekt gefallen, dass Verkaufen im Kern nichts anderes ist als Beziehungsmanagement. Das heißt: Verkaufen ist nicht nur der Abschluss von Verträgen, sondern gute Verkäufer zeichnen sich durch eine intensive Kundenbetreuung und die Orientierung an Kundeninteressen – auch nach dem Abschluss des Vertrags – aus. Networking, so verstanden, ist auch ein Ansatz zur kontinuierlichen Verbesserung von Dienstleistungen.

Das Buch ist lebendig geschrieben, spannend zu lesen und animiert zur Umsetzung der vielen guten Ideen und Hinweise. Es ist ein Buch aus der Praxis für die Praxis. Als guter und langjähriger Freund des Autors weiß ich, dass er die beschriebenen Haltungen und Verhaltenshinweisen zum Networking selber konsequent umsetzt und überzeugend vorlebt. In diesem Sinne ist es auch ein sehr persönliches Buch.

Ich wünsche dem Autor daher eine breite und motivierte Leserschaft, die seine Anregungen engagiert aufgreift und nicht nur im Sinne eines erfolgreichen, sondern auch besseren Verkaufens umsetzt.

Prof. Dr. Niclas Schaper

*Lehrstuhl für Arbeits- und Organisationspsychologie,
Universität Paderborn*



© 2002 Chlodwig Poth; Agentur Bell. Frankfurt

Liebe Leserin, lieber Leser,

haben Sie über den Cartoon von Chlodwig Poth ein wenig geschmunzelt?

Sie als Verkäufer wissen natürlich nur allzu gut um die Wichtigkeit der Quantität und Qualität Ihrer Beziehungen für sich und Ihren Beruf und Sie haben vermutlich dieses Buch gekauft, um Methoden kennen zu lernen, die Ihnen helfen werden, beides zu optimieren. Exakt darum geht es in diesem Buch! Denn Ihr Verkaufserfolg hängt unmittelbar von Ihren Beziehungen ab.

Im Leben gibt es eigentlich nur zwei Probleme: mit sich und anderen Menschen besser auszukommen.

Zum ersten Problem finden Sie bei Ihrem Buchhändler in der Abteilung „Psychotherapie und Esoterik“ eine Fülle an Literatur. In diesem Buch geht es jedoch darum, wie Sie als Verkäufer mit anderen Menschen – auch und gerade mit Ihren Kunden – besser auskommen, daraus vielleicht besondere Beziehungen entstehen und Sie in der Folge deutlich mehr Umsatz machen werden.

Die ersten zwei Kapitel dieses Buchs handeln davon, wie wichtig Beziehungen für uns sind und welche inneren Einstellungen wir mitbringen müssen, um die Quantität und Qualität derselben zu verbessern. In den Kapiteln drei und vier bekommen Sie Tipps, wo und wie Sie erfolgreich neue Beziehungen knüpfen können.

In den Kapiteln fünf bis acht sind die Zusammenhänge zwischen unseren Beziehungen und unserem Erfolg als Verkäufer dargestellt. Und da im Verkauf die Abfolge der Schritte, die unseren Job prägen, immer wieder die gleichen sind – nämlich: Kaltakquise, Abschluss, Empfehlungen, Abschluss festigen, wieder Kaltakquise, Potenzial des Kunden-Bestands optimal nutzen etc. –, werden wir uns an diesem roten Faden orientieren und jeden einzelnen Schritt in diesem immer wiederkehrenden Zyklus genau beleuchten und prüfen, mit welchen erfolgreichen Networking-Techniken wir sie noch weiter verbessern können.

Das neunte Kapitel enthält Beispiele von „Top-Sellern“, deren Erfolgsschlüssel in hervorragendem Networking liegt. Wenn Sie erfahren wollen, wie Sie als Verkäufer in Ihrer Zielgruppe einen „Expertenstatus“ erreichen, mit dem Sie Ihre Kunden „magnetisch anziehen“, finden Sie Beispiele und Techniken zu diesem Thema in Kapitel zehn. Welche Fehler Sie beim Networking unbedingt vermeiden sollten, erfahren Sie im elften Kapitel.

Alle beschriebenen Techniken, Methoden und Tipps sind sehr praxisnah und anschaulich dargestellt und daher als Handlungsmuster und -anregungen sehr geeignet.

Bereits Johann Wolfgang von Goethe kannte die drei Säulen der Lebenskunst, die es zusammenzuführen gilt:

Wissen, Wollen, Tun.

Auch ich bin Verkäufer und habe versucht, meine Erfahrungen und Erkenntnisse in diesem Buch, das Ihnen helfen soll, alle drei Säulen der „Lebenskunst Networking“ fest in Ihrem Leben und Beruf als Verkäufer zu verankern, zusammenzufassen.

Ich wünsche Ihnen nun ein Füllhorn an neuen Erkenntnissen und viel Erfolg beim Umsetzen derselben!

Ihr Jürgen Hauser