

Peter Haag, Iris Weiß

# SUMM, SUMM, SELL!

## Die Bienenstrategie im Verkauf



Leseprobe

BusinessVillage

**Peter Haag, Iris Weiß**

SUMM, SUMM, SELL!

Die Bienenstrategie im Verkauf

1. Auflage 2013

© BusinessVillage GmbH, Göttingen

**Bestellnummern**

ISBN 978-3-86980-215-2 (Druckausgabe)

ISBN 978-3-86980-216-9 (E-Book, PDF)

Direktbezug [www.BusinessVillage.de/bl/896](http://www.BusinessVillage.de/bl/896)

**Bezugs- und Verlagsanschrift**

BusinessVillage GmbH

Reinhäuser Landstraße 22

37083 Göttingen

Telefon: +49 (0)5 51 20 99-100

Fax: +49 (0)5 51 20 99-105

E-Mail: [info@businessvillage.de](mailto:info@businessvillage.de)

Web: [www.businessvillage.de](http://www.businessvillage.de)

**Layout und Satz**

Sabine Kempke

**Illustrationen im Buch**

Brigitte Seibold

**Fotos im Buch**

Andreas Riedel, <http://www.fotografie-riedel.de/>

**Illustration Umschlag**

Wabe: frog-travel, [www.fotolia.de](http://www.fotolia.de); Biene: Vector Cartoons, [www.istockphoto.de](http://www.istockphoto.de)

**Druck und Bindung**

AALEXX Buchproduktion GmbH, Großburgwedel

**Copyrightvermerk**

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigung, Übersetzung, Mikroverfilmung und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Alle in diesem Buch enthaltenen Angaben, Ergebnisse usw. wurden von dem Autor nach bestem Wissen erstellt. Sie erfolgen ohne jegliche Verpflichtung oder Garantie des Verlages. Er übernimmt deshalb keinerlei Verantwortung und Haftung für etwa vorhandene Unrichtigkeiten.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürfen.

# Inhalt

<b>Die Autoren .....</b>	<b>7</b>
<b>1. Vorworte .....</b>	<b>9</b>
1.1 Vorwort von Christian Kratzke .....	10
1.2 Vorwort der Autoren .....	12
<b>2. Einleitung .....</b>	<b>15</b>
<b>3. Der Markt der Bienen und der Nilpferde .....</b>	<b>21</b>
3.1 Von Bienen und Nilpferden .....	24
3.2 Das Bienen-Modell .....	25
3.3 Das Nilpferd-Modell .....	28
<b>4. Der Weg zum prall gefüllten Honigglas.....</b>	<b>39</b>
4.1 Vision und Ziele .....	42
4.2 Werteorientierung .....	56
4.3 Leitsätze im Verkauf .....	59
4.4 Komfort- oder Sicherheitszone im Verkauf .....	63
<b>5. Der Schlüssel zum Eintritt in die Bienenstrategie .....</b>	<b>75</b>
5.1 Persönlichkeitsmodell: Die Extended DISC®-Typologie .....	78
5.2 Die Situation im Verkaufsgespräch .....	82
5.3 Die DISC-Typologie: So ticken die vier Persönlichkeitstypen .....	84
5.4 Der Umgang mit den DISC-Typen nach der Bienenstrategie .....	102
<b>6. Der Anker in der Bienenstrategie .....</b>	<b>109</b>
6.1 Fachkompetenz oder Emotion.....	110
6.2 Emotionale Intelligenz und Verkauf.....	113
6.3 Erkenne dich selbst .....	117
6.4 Situation, Emotion, Bedürfnis, Bitte (SEBB): Grundmodell einer konstruktiven Gesprächsführung .....	121

<b>7. Ab in die Praxis: Nicht gleich losfliegen, die optimale Vorbereitung ist die halbe Ernte .....</b>	<b>125</b>
7.1 Wie du kommst gegangen .....	128
7.2 Von Anfang an zielgenau .....	132
7.3 Begeisterungstaktik .....	135
<b>8. Die Summ-summ-sell!-Strategie .....</b>	<b>139</b>
8.1 SMARTE ZIELE. Produkte, Mengen und Termine .....	141
8.2 Kundeninformationen .....	144
8.3 Marktposition, Potenziale und Beratung.....	151
8.4 ZDF: Zahlen, Daten, Fakten und Produkte .....	153
8.5 Schriftliche Unterlagen: Konditionsblätter und Standards .....	155
8.6 Deckungsbeitrag, Stücknutzen und Absatzchancen .....	158
8.7 Argumentation, Einwand und Gesprächsvorbereitung .....	159
<b>9. Verhandeln wie eine Biene .....</b>	<b>167</b>
9.1 Gesprächsführung in der Bienenstrategie .....	168
9.2 Weniger reden: Die 40:60-Erfolgsformel .....	170
9.3 Fragen und Manipulation .....	171
9.4 Die „Taste X“ .....	179
9.5 Aktives Hinhören .....	184
9.6 Bienen machen Bienen zu Gewinnern .....	193
<b>10. Wirkungsvolles Auftreten<sup>2</sup> in der Bienenstrategie .....</b>	<b>197</b>
10.1 Körpersprache in der Verhandlung.....	207
10.2 Die Kombination macht's!.....	212
<b>11. Nachbereitung in der Bienenstrategie .....</b>	<b>219</b>
<b>12. Jetzt fängt erfolgreiches, nachhaltiges Verkaufen an .....</b>	<b>227</b>
12.1 Das Zeckenprinzip .....	231
12.2 Leistung zahlt sich immer aus!.....	233
<b>13. Unsere sieben Bienenstrategie-Gebote im Verkauf .....</b>	<b>235</b>
<b>14. Anhang .....</b>	<b>237</b>
Danksagung.....	238
Anmerkungen.....	239
Literaturangaben .....	239

## Die Autoren



**Peter Haag** ist zertifizierter Trainer und Coach und arbeitet derzeit bei einem weltbekannten FMCG-Unternehmen als Verkaufstrainer und Führungskräfteentwickler. Er war im Laufe seines beruflichen Lebens als Einkäufer, Verkäufer und Führungskraft tätig. Dieser einzigartige Mix an Erfahrungen und seine humorvolle Art ermöglichen es ihm, seine effektiven Verkaufsmethodiken für jeden einsetzbar zu machen.

### **Kontakt:**

Internet: [www.haag-seminare.de](http://www.haag-seminare.de)

E-Mail: [peter.haag@iris-haag.de](mailto:peter.haag@iris-haag.de)



Mit ihrer gastronomischen Erfahrung und als Diplom European Business Trainer wurde **Iris Weiß** schnell bewusst, wie wichtig Körpersprache und Stimme sind. Sie zählt zu Deutschlands führenden Experten im Bereich Körpersprache & Wirkung. Die von ihr gegründete IRIS HAAG® Training & Beratung GmbH hat einige der Top-Unternehmen Deutschlands als Kunden. Ihr Bestseller *Wirkung<sup>2</sup>* schlug bereits 2009 voll ein.

### **Kontakt:**

Internet: [www.iris-haag.de](http://www.iris-haag.de)

E-Mail: [iris.weiss@iris-haag.de](mailto:iris.weiss@iris-haag.de)

## Widmung

### **Peter Haag**

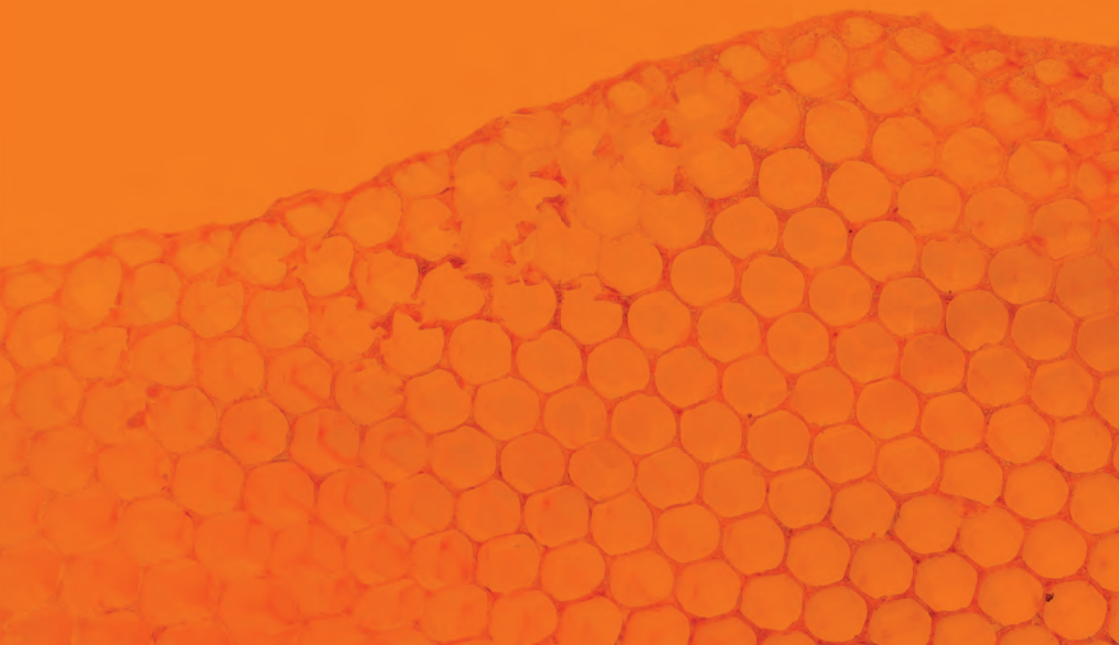
Ich widme dieses Buch meiner Frau Nadine, die mich bei diesem Buch sehr unterstützt hat. Meiner Tochter Rosalie und meinem Sohn Valentin, auf die ich schon jetzt sehr stolz bin. Auf dass sich meine Kinder von Menschen fernhalten, die ständig sagen, was nicht geht. Meinen Eltern und allen Menschen, die mich gefördert haben und in Zukunft fördern werden.

### **Iris Weiß**

Ich widme dieses Buch unseren tollen Kunden. Sie leisten erstklassige Arbeit. Sie haben für sich und ihre Mitarbeiter entdeckt, dass es Spaß macht, sich weiterzuentwickeln. Dazu nutzen sie jede Chance. Wir wünschen uns, dass auch in diesem Buch wieder ein paar wertvolle Anregungen für die Praxis dabei sind. Wir freuen uns auf alle neuen und weiteren Begegnungen.

1.

## Vorworte



## 1.1 Vorwort von Christian Kratzke

**Im Verkauf können aus bequemen Nilpferden, die den ganzen Tag scheinbar unbeweglich im Wasser stehen, fleißige Bienen werden, die unermüdlich von Blüte zu Blüte fliegen?!**

Wie soll das denn funktionieren, werden Sie sich sicher fragen. Lassen sich die Naturgesetze aufheben? Gibt es neue, bahnbrechende Erkenntnisse im Verkauf? Das sicher nicht, auch nicht in diesem Buch. Aber die innere Einstellung unserer Verkäufer zum Kunden, der Wille und die Erfolgsorientierung lassen sich durch die Summ-summ-sell!-Strategie deutlich steigern und verbessern. Davon handelt dieses Buch. Sind Sie als Führungskraft im Verkauf tätig oder als Verkäufer direkt beim Kunden vor Ort? Dann sollten Sie es unbedingt lesen.

Die Autoren, Iris Weiß und ihr Bruder Peter Haag, wissen, worüber sie schreiben. Beide haben den Verkauf und die Begeisterung dafür von der Pike auf gelernt und alle Erfahrungen selbst gesammelt. In den vielen, lebendigen Praxisbeispielen wird dies deutlich. Es ist in einer sehr verständlichen Art geschrieben und leicht zu lesen. Iris und Peter sind beruflich und privat genauso, wie Sie, liebe Leser, die zwei in diesem Buch erleben werden: authentisch, pragmatisch und ohne erhobenen Zeigefinger. Es macht Spaß, erfolgreich zu sein, es macht Spaß, Kunden zu überzeugen, so das Credo des Geschwisterpaares.

Deshalb schätzen auch meine Mitarbeiter und ich die Zusammenarbeit mit beiden. In den verschiedenen und zahlreichen Seminaren „verzahnte“ sich Frau Weiß mit den Belangen und Aufgaben unseres Unternehmens und gestaltete so individuell auf das jeweilige Themengebiet zugeschnittene Workshops. Viele meiner Vertriebsmitarbeiter haben bereits „Flügel“ bekommen, weil sie durch die Summ-summ-sell!-Strategie die Komfortzone eines „Dickhäuters“ verlassen haben und jetzt fleißig und zielorientiert wie die Bienen Kunden für unser Unternehmen begeistern.



Als gesetzliche Krankenversicherung stehen wir in einem Verdrängungswettbewerb um die Versicherten. Dabei zeichnet sich die AOK Baden-Württemberg durch die Hauptmerkmale beste Versorgung, beste Gesundheitsvorsorge und -förderung sowie größtmögliche Nähe aus. In unserem Vertrieb kommt es also darauf an, dies den Menschen näher zu bringen und sie von den vielfältigen Produkten zu begeistern, damit sie uns ihr Vertrauen für viele Jahre schenken. Die AOK benötigt Vertriebsmitarbeiter, die Zuverlässigkeit und Sicherheit vermitteln und sich auf die verschiedensten Menschen mit den unterschiedlichsten Bedürfnissen einlassen können.

Genau hier setzt das Buch *Summ, Summ, Sell!* an. Es vermittelt Zielorientierung, Werte im Verkauf, Überzeugung vom eigenen Unternehmen sowie die optimale Gesprächsvorbereitung vor jedem Kundengespräch. Dabei lernen Verkäufer, dass sie sich selbst mit ihren Stärken und Schwächen voneinander unterscheiden und dies bei den Kunden ebenso ist. Einfühlungsvermögen und Selbstbeherrschung sind wichtige Aspekte in diesem Buch. Ebenso wird klar, dass Teamarbeit gerade im Verkauf zu einer Win-win-Situation für alle Beteiligten führt.

Aber auch ein wirkungsvolles Auftreten oder das Gegenteil davon wird durch die vielen Bilder sehr anschaulich erläutert. Vor dem eigenen Spiegel zuhause lassen sich die Beispiele sicher gut am eigenen Gesicht nachvollziehen und eine gewinnende Körpersprache lässt sich erlernen.

Die konkrete Umsetzung all dieser Themen erfolgt durch viele praktische Übungen direkt im Buch. So dient die Summ-summ-sell!-Strategie als Nachschlagewerk, als tägliches „Vokabelheft“ für den Verkauf.

Ihr Christian Kratzke

Geschäftsführer AOK Nordschwarzwald,  
Bezirksdirektion der AOK Baden-Württemberg

## 1.2 Vorwort der Autoren

Wir, Iris Weiß und Peter Haag, sind Geschwister. Wir trainieren beide seit Jahren Verkäufer/Vertriebsmitarbeiter, hauptsächlich im Außendienst. Unsere Kunden sind Unternehmen, die erkannt haben, dass Weiterbildung der Schlüssel zum Erfolg ist. Unser schönster Erfolg ist, wenn unsere Seminarteilnehmer und Coachees das Gelernte in die Praxis umsetzen und es immer wieder in den Alltag integrieren.

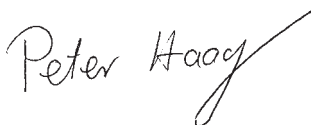
Voneinander profitieren, das ist unsere Maxime in diesem Buch. Deshalb stellen wir Ihnen tatsächlich alle Erfahrungen der letzten Jahre kompakt in diesem Buch zusammen. Damit können auch Sie von den Erfahrungen unserer Kunden profitieren.

Wir wollen Ihnen einen Einblick in unsere Praxis geben, Sie an Seminaren und praktischen Beispielen teilnehmen lassen. Durch Übungsblätter wollen wir Sie anspornen, die Tipps und Tricks in Ihren Alltag zu übernehmen. Sie entscheiden, was davon für Sie wertvoll und gewinnbringend ist und wo Sie sich in Ihrer Vorgehensweise bestätigt fühlen. Beides ist wichtig, um auch persönlich weiter zu wachsen.

Dieses Buch ist für alle, die sich weiterhin Spaß und Freude an ihrem Beruf erhalten wollen, die die Zufriedenheit zurückerobern wollen, oder für die, die sich entschlossen haben in diesen wahnsinnsschönen Job einzusteigen. Es ist eine Anleitung zum begeisterten Verkauf. Eine Anleitung für Zufriedenheit und damit zur Kundenbindung. Eine Anleitung zum Verkauf mit Biss.

In diesem Sinne: Viel Spaß mit dem Buch und im Anschluss: Summ, summ, sell!

Ihr



und Ihre



*In diesem Buch verwenden wir folgende Wörter gleichbedeutend: Verkäufer, Verkaufsberater, Vertriebsmitarbeiter. Die Gemeinsamkeit liegt im direkten Kontakt mit Kunden.*

*Dieses Buch wendet sich an die Frauen und Männer, die jeden Tag für ihr Unternehmen an vorderster Front stehen und ihre Produkte und ihre Firmen vertreten. Da die ständige Verwendung der weiblichen und männlichen Bezeichnungen die Lesbarkeit beeinträchtigen würde, haben wir uns entschieden, die männlichen Bezeichnungen zu verwenden. Selbstverständlich sind Verkäuferinnen eingeschlossen und ihnen allen sprechen wir in aller Deutlichkeit unsere Anerkennung für ihre Leistungen aus.*



2.

## Einleitung



Erinnern Sie sich noch? Sie hatten sich entschieden, in einem der interessantesten Berufe zu arbeiten, den unsere Gesellschaft anbieten kann. Sie hatten sich genau mit den Eigenschaften beschäftigt, die ein guter Verkäufer haben sollte. Und Sie wussten: Das kann ich und das bin ich. Nach Ihrer Ausbildung als Kaufmann und der Einarbeitungszeit als Verkäufer wussten Sie: Ich will jeden Tag das Beste geben. Auch Quereinsteiger unter Ihnen haben diesen Beruf gewählt, weil sie Freude am Umgang mit Menschen haben und Abwechslungen und Herausforderungen lieben.

Die Voraussetzungen dafür hatten Sie. Sie wussten: Ich denke und handle sinnvoll, ich verfüge über eine hohe Flexibilität und kann mich gut auf andere Menschen einstellen. Mit meinen Kunden verstehe ich mich blendend und in Verhandlungen bin ich ein fairer Partner. In schwierigen Zeiten gehe ich diszipliniert mit mir um und zeige Stehvermögen.

Natürlich verfüge ich über ein solides Fachwissen und kann damit sicher umgehen. Kaufmännische Grundwerte wie Fleiß, Zuverlässigkeit und Ehrlichkeit sind für mich selbstverständlich. Ich bin gegenüber meinen Partnern, den Kunden auf der einen Seite und meinem Arbeitgeber auf der anderen Seite, absolut loyal.

So sind Sie gestartet. Sie waren mit sich und Ihrer Situation rundherum zufrieden und stolz auf das, was Sie täglich geleistet haben.

Alles bestens, oder? Doch was kam dann? Irgendwann schlich sich Routine ein. Das ist wie mit einer großen Liebe nach ein paar Jahren. Wenn die erste Euphorie verflogen ist, kommt eine Phase der Ernüchterung. Dann merkt man, dass sich was ändern muss. So ähnlich ging es Ihnen vielleicht auch in Ihrem Job. Routine stellte sich ein, Sie bewegten sich auf ausgetretenen Pfaden. Plötzlich stellten sich auch Misserfolge ein. Diese hinterließen Spuren in Ihrer Stimmung. Aus der fleißigen Biene wurde ein behäbiges Nilpferd, das sich auf seinen Trampelpfaden bewegte. Keine gute Wahl in Zeiten des dynamischen Wandels.

Die Situation am Markt hat sich in den vergangenen Jahren stetig verändert. Auch der Verkauf und Vertrieb von Waren oder Dienstleistungen musste sich daran anpassen. Das verlangte von vielen Verkäufern eine Veränderung in ihren Einstellungen und in ihrem Verhalten. Für viele war und ist es nicht leicht.

Wir wollen mit unserem Buch Wege aufzeigen, wie Sie erfolgreich mit diesem Wandel mithalten.

Viele haben ähnlich tolle Fähigkeiten und Fertigkeiten, doch unterschiedlich viel Erfolg. Woher kommt das? Was macht die einen so besonders erfolgreich? Sie handeln aktiv und setzen sich ihre eigenen Ziele.

Durch unsere Seminare und Coachings haben wir festgestellt, dass es im Wesentlichen zwei unterschiedliche Handlungsweisen gibt, mit denen Verkäufer am Markt agieren. Wir haben sie nach Vorbildern benannt, wie wir sie in der Natur vorfinden: Bienen und Nilpferde. Bienen, weil sie fleißig und kommunikativ sind. Nilpferde, weil sie eher als Einzelgänger in ausgetretenen Pfaden ihr tägliches Gras finden. Sie befinden sich zwar in Gruppen, die aber nicht wirklich einen sozialen Verband darstellen. Und jetzt zu Ihnen: Zu welchen Kategorien wollen Sie gehören?

Sinnvoll erscheint es uns, von den Verhaltensweisen der Bienen zu profitieren. Deshalb haben wir für unser Buch auch diesen Titel gewählt: *Summ, summ, sell! Die Bienenstrategie im Verkauf*. Ihren sprichwörtlichen Fleiß werden wir uns genauer anschauen. Als Gegenstück dazu zeigen wir Ihnen die Nilpferde. Ihr Verhalten hatte in ruhigeren Zeiten vielleicht seine Berechtigung. Aber ist das heute noch zeitgemäß?

Haben Sie sich entschlossen, zu den Bienen zu gehören? Schön, dann zeigen wir Ihnen, wie Sie Ihre Vision entwickeln, daraus Ihre Ziele formulieren und damit noch erfolgreicher werden. Doch Vorsicht! Ziele müssen mit Werten verbunden werden. Ziele ohne Werte können zu rücksichtslosem

Handeln führen. Wir werden aufzeigen, dass im Verkauf Werte Grundlage unseres Handelns sein müssen.

Ziele geben uns die Motivation, die Begeisterung schafft. Damit werden Sie langfristig Ihre Vorgesetzten, Kunden und Ihre Umwelt anstecken. Dann ist es auch nicht mehr so wichtig, was Sie verkaufen. Wichtig ist, dass Sie sich mit der Aufgabe und Ihrer Firma innerlich verbinden und ihr Leitbild auch zu Ihrem wird.

Wir werden Ihnen einige theoretische Modelle vorstellen, die Grundlage Ihres Handelns werden können. Sie wissen, niemand braucht so viel Theorie wie der Praktiker! Zu diesen Theorien gehören Modelle, die Ihnen Handwerkszeug geben, sich selbst und andere besser zu verstehen. Ein Schlüssel dazu ist die DISC-Kundentypologie. Sie werden staunen, wie hilfreich sie für eine gelungene Kommunikation ist. Auch die emotionale Intelligenz ist ein wichtiger Teil vom konstruktiven Umgang mit Menschen.

Kundenbesuche müssen gut vorbereitet werden. Wir stellen Ihnen daher die Summ-summ-sell!-Strategie vor und übertragen sie in die Praxis. Sie hat sich in der Praxis gut bewährt. Sie ist vielfach erprobt und erfolgreich angewendet worden. Das heißt, wir stellen Ihnen eine Strategie vor, mit der Sie sich mehr Erfolg im Verkauf und mehr Freude an Ihrer aufregenden und abwechslungsreichen Tätigkeit auf Dauer sichern können.

Verkäufer sind Profis der Kommunikation, verbal und nonverbal. Sie sind die Problemlöser ihrer Kunden. Um an die Herausforderungen heranzukommen, sollten Sie mit ein paar wichtigen Gesprächsregeln vertraut sein und verschiedene Frageformen einsetzen können. Nur wenn sie dann auch genau und einfühlsam hinhören, werden sie effektiv verhandeln können. Deshalb erhalten Sie auch zu diesem Thema ein paar Hinweise.



Sie wissen, für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance. Ihr Auftreten und die damit verbundene Körpersprache werden wir in einem der folgenden Kapitel darstellen.

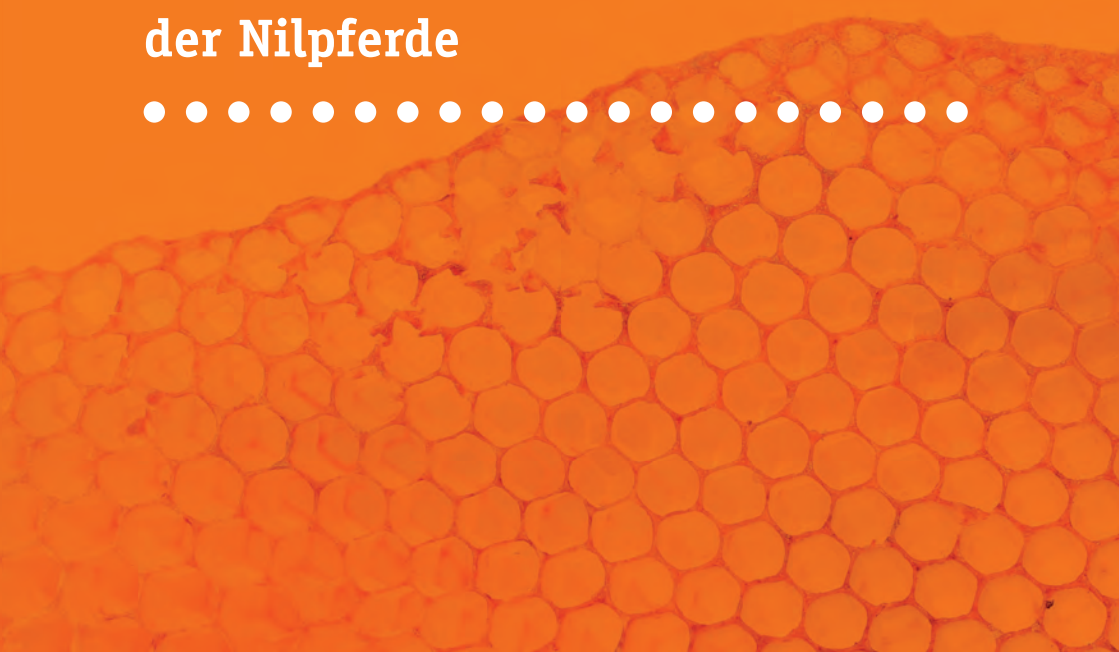
Am Schluss finden Sie noch einmal kompakt die wichtigsten Tipps zusammengefasst. Sie können sich sicher sein, dass jede einzelne Seite von den gesammelten Erfahrungen aus der Praxis für die Praxis stammt.

Es gibt nichts Gutes, außer man tut es, immer wieder, immer wieder. Oder wie wir auch zu sagen pflegen: Profis trainieren, Amateure bleiben stehen.



**3.**

**Der Markt der Bienen und  
der Nilpferde**



In den letzten Jahren hat sich die Dynamik am Markt stark beschleunigt. Es gibt Entwicklungen, die sehr erfreulich sind. Doch die haben wir Menschen in der Regel weniger im Fokus. Die Medien leben tendenziell eher von schlechten Nachrichten. Nach dem Motto „Good news are bad news“. Wir beschäftigen uns im Allgemeinen mit den negativen Auswirkungen, weil wir manche auch direkt durch entsprechende Vorgaben spüren. Auch macht sich eine gewisse Arbeitsplatzangst breit. Wir verspüren Druck von oben und unten. Ranking mit Kollegen, schlechte Nachrichten und vieles mehr machen den Verkauf zum Schlachtfeld des 21. Jahrhunderts! Auf dem deutschen Markt existieren viele Unternehmen mit nahezu gleichen Produkten. Das Resultat ist ein enormer Preiskampf.

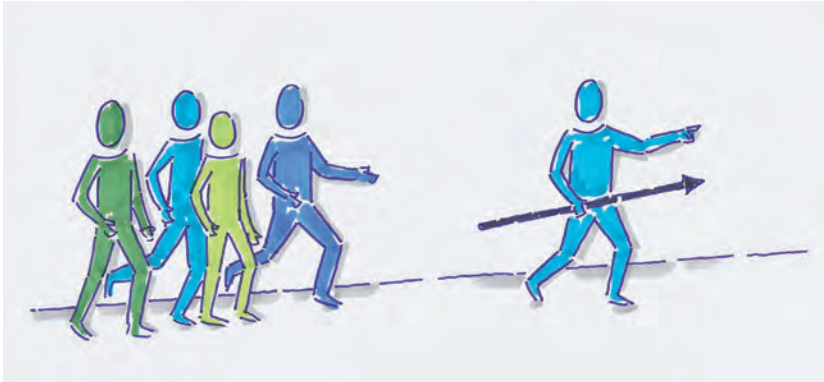
Unseren gemeinsamen Kunden geht es nicht viel anders. Oft leiden auch sie unter starkem Druck. Auch sie müssen sich wie ihre Mitbewerber am Markt behaupten. In dieser besonderen Zeit braucht es besondere Maßnahmen.

Bei unseren Umfragen (Kunde und Verkäufer) stellten wir immer wieder eine Frage: „Wie sehen Sie als Kunde Ihr Verhältnis zu Ihrem Verkäufer?“. Die Antworten konzentrieren sich immer wieder auf folgende Aussagen:

- „Der Verkäufer hat nur seine eigenen Sorgen im Kopf.“
- „Ich als Kunde bin nur Mittel zum Zweck.“
- „Verkäufer gehen auf meine betriebliche Situation nicht genügend ein.“
- „Hat man ein Geschäft mit ihnen getätigt, ist man nicht mehr so interessant wie zuvor.“

Wie schade, dass Verkäufer oft so wahrgenommen werden. Wichtig wird, dass wir unseren potenziellen Käufer als Partner sehen und so mit ihm eine Gewinnsituation schaffen. Eine Situation, von der beide profitieren. Das wird Win-win-Situation genannt.

Menschen, die im Verkauf stehen, sind wie die Spitze eines Speeres. Sie sind die ersten, die vom potenziellen Kunden wahrgenommen werden. Sie sind das Aushängeschild und prägen damit den ersten Eindruck von dem Unternehmen. Sie bilden den Hintergrund für jede weitere Beurteilung ihres Unternehmens.



Sie sind es, die Aufträge akquirieren, die die Produkte oder Dienstleistungen beim Kunden verkaufen und damit den Profit in ihrem Gebiet erwirtschaften.

Alle anderen Mitarbeiter bilden die Stange des Speeres. Sie sind dafür verantwortlich, den Verkauf optimal zu unterstützen. Menschen im Verkauf haben die Verantwortung, alles, wirklich alles einzusetzen, um zu wachsen und die Wirtschaftlichkeit des Unternehmens stetig zu steigern. Dafür muss der Verkäufer jedoch mehr tun, als nur darüber zu reden.

Ein Schritt in diese Richtung ist lebenslanges Lernen. Und an sich zu arbeiten. Nicht nur die harten Fakten des Geschäfts zählen, auch die Schlüsselqualifikationen sind gemeint. Und das hat etwas mit Leidenschaft und Verantwortungsbewusstsein zu tun!

Viele Verkäufer scheitern oft schon, bevor sie überhaupt die Türschwelle des Kundeneingangs erreicht haben. Negative Gedanken oder Befürchtungen, die ihre persönliche Wirkung schmälern, beeinträchtigen ihr Auftreten. Dadurch lassen sie Chancen sehr oft brachliegen.

Selbstverständlich gibt es auch Verkäufer, die unglaublich erfolgreich sind. Sie schaffen sich ihren eigenen Konjunktur-Aufschwung. Gerade in den jetzigen Zeiten, in denen sich so manche Menschen eher verwalten, statt aktiv zu handeln.

Wir haben in den letzten Jahren weit über zweitausend Coachings und Trainings mit Verkäufern und Führungskräften durchgeführt. Dabei lernen wir sie kennen: die Bienen und die Nilpferde. Die einen quirlig und initiativ, die anderen eher abwartend und zurückhaltend. Die einen optimistisch, die anderen eher pessimistisch.

Was glauben Sie, wer hat mehr vom Leben? Für wen ist das Leben spannend und herausfordernd? Viele hatten doch in ihre Bewerbung geschrieben: „Ich suche die Herausforderung.“ Wollen Sie wissen, was wir damit meinen? Wir zeigen Ihnen das gern. Sie entscheiden dann, welche Verhaltensweise mehr Aussicht auf Erfolg hat.

### 3.1 Von Bienen und Nilpferden

Erinnern Sie sich, was wir in unserem Vorwort sagten? Sie wussten es doch! Sie waren so eine Art Biene. Und mit der Routine schlich sich das Nilpferd ein und gewann die Oberhand. Gefallen hat Ihnen das auch nicht. Waren doch Freude und Begeisterung dahin. Aber wie schon gesagt, am Beginn herrschen in der Regel Begeisterung und Elan. Und mit dem Alltag schleichen sich Routine und regelmäßige Rituale ein. Oft passiert dann Folgendes: Ich kenne das Geschäft und strenge mich nicht mehr wirklich an. Es läuft ja alles. Das ist ein schleichender Prozess und oft genug merke ich

es erst, wenn jeder Spaß und jede Herausforderung dahin sind. Und was ist die Folge: Sinkende Zahlen bei den Aufträgen, müde Gespräche mit den Kunden und kritische Blicke der Vorgesetzten. Dann ist es doch besser, ich erinnere mich an den Anfang und starte neu. In eine Zukunft mit Zufriedenheit und Erfolg.

### 3.2 Das Bienen-Modell

Bienen sind fleißige Tiere. Auf der Suche nach nektar- und pollenreicher Nahrung fliegen sie während des Tages ununterbrochen Felder und Wiesen ab.



Was meinen Sie: Angenommen, von einem Imker wären auf einer bunten Sommerwiese circa 40 Prozent künstliche Blumen zusätzlich aufgestellt worden, würden die Bienen auch diese anfliegen? Würden sie versuchen, sich auch von dort ihren Blütenstaub zu holen?

Die Antwort lautet: Ja. Bienen unterscheiden nicht, ob es sich nun um eine natürliche Blume oder um eine Kunstblume handelt. Sie orientieren sich ausschließlich an der Farbe. Und nur ein Aspekt ist für sie wirklich entscheidend: Am Ende des Tages muss ausreichend Nektar vorhanden sein, um damit das gesamte Bienenvolk zu versorgen. Die einzelne Biene informiert daher alle anderen, nachdem sie ein lukratives Nahrungsangebot entdeckt hat. Denn nur so ist das Überleben des Volkes dauerhaft gewährleistet.

Tatsächlich ist es mühsam, alle Blüten anzufliegen, und nicht jede bringt den Ertrag, den ich mir zunächst von ihr erhofft habe. Doch die Bienen scheinen folgende Regeln genau zu befolgen:

- Nur wenn wir uns auf den Weg machen, erreichen wir unsere Ziele.
- Nur durch harte Arbeit bekommen wir Honig in die Wabe.
- Nur Leistung zahlt sich aus.

Sofern wir diese Strategien konsequent auf unser tägliches Geschäft übertragen, heißt das in der Praxis: Ein Verkäufer sucht in seinem Absatzgebiet jeden Händler beziehungsweise jeden Kunden auf, um ihm ein lukratives Angebot zu unterbreiten. Sollte es daraufhin zu einem Geschäftsabschluss kommen, informiert er seine Kollegen und teilt ihnen in einem umfassenden Bericht mit, wodurch er den Kunden für sich gewonnen hat.

- Welche Verkaufsargumente wirkten überzeugend?
- Welchen Nutzen hat der Kunde für sich erkennen können?
- Was hat den Verkäufer selbst an der Kundengruppe positiv überrascht?

In der Erfolgsmitteilung des Verkäufers geht es im Anschluss nicht darum, Best-Practice-Beispiele mit herkömmlichen Vorher-Nachher-Effekten zu präsentieren. Vielmehr soll den Kollegen das gewonnene Wissen konstruktiv zur Verfügung gestellt werden. Dies geschieht ohne Prahlerei, damit keine Gefühle von Missgunst und Neid provoziert werden. Denn Erfolg



entsteht leichter im Team. Die Einzelkämpfer werden langfristig auf der Strecke bleiben.

Bienen scheinen die klassische Win-win-Situation gekonnt für sich zu nutzen und perfekt umzusetzen: Die Blüte braucht die Biene, um Früchte zu tragen. Ebenso benötigt die Biene den Nektar als Nahrung für das Überleben und für die Fortpflanzung.

Für den Verkauf sind die Bienen das Modell Nummer eins. Wie Sie für sich die Bienenstrategie in Ihren Verkaufsalldag übernehmen können, erfahren Sie im weiteren Verlauf des Buches.

### **Praxis-Einwurf: Einstieg nach Maß**

*Herr Junghans hat sein Ziel erreicht. Er hat einen Arbeitsvertrag als Außendienstverkäufer bei einem namhaften Großunternehmen bekommen. Die Bewerbung, das Vorstellungsgespräch, die Verhandlungen, alles war so gelaufen, wie er es sich gewünscht hatte. Nun war er das, wofür sein Herz schlug. Verkäufer. Vor ihm lag eine aufregende, herausfordernde Aufgabe, für die er sein Bestes geben wollte.*

*Der erste Tag kam und er traf seinen Teamleiter Herrn Reuther. Herr Junghans kannte ihn bereits von einem der Vorstellungsgespräche und wusste, dass er viel Unterstützung von diesem Teamleiter bekommen würde. Schon in dem Gespräch strahlte Herr Reuther viel Menschenkenntnis aus. Seine Fachkompetenz war nicht zu übersehen.*

*Herr Reuther wusste, wie neue Mitarbeiter eingearbeitet werden mussten. Dafür hatte er ein sehr gutes System entwickelt. Jeder neue Mitarbeiter bekam einen erfahrenen Verkäufer als Ansprechpartner. Quasi einen Paten. Das wurde bei Herrn Junghans Herr Fell. Herr Fell ging bei der Vorbereitung seiner Kundenbesuche sehr genau vor. Seine Arbeitswoche plante er sorgfältig, auch mit den entsprechenden Zeitpuffern. Die Unterlagen waren perfekt zusammengestellt und die Kundengespräche sehr gut vorbereitet.*

*Die Gründlichkeit von Herrn Fell beeindruckte Herr Junghans sehr, ebenso seine herzliche und offene Art. In dieser Atmosphäre war es leicht, sich auf so viele neue Dinge und Vorgehensweisen einzustellen und sie auch zu behalten.*

*Herr Fell zeigte Herrn Junghans, wie er seine Verkäufermappe zusammenstellte, seine Woche plante und die Präsentationsmappe für das Kundengespräch vorbereitete. Auch die internen Abläufe erklärte er ausführlich und mit viel Einfühlungsvermögen. Alle Fragen von Herrn Junghans beantwortete er klar und eindeutig. Seine ganze Art überzeugte Herrn Junghans davon, dass er sich jederzeit an ihn wenden könnte, falls er Fragen haben würde. Herr Fell bot Herrn Junghans an, die Unterlagen, die er benötigen würde, relativ zeitnah zusammenzustellen. Dieses Angebot nahm Herr Junghans gerne an.*

*Die erste Anspannung löste sich bei Herrn Junghans ziemlich schnell. So eine Einarbeitung hatte er sich erhofft. Bei ihm ist sie eingetroffen. Es passiert immer öfter, dass das so klappt. Doch leider nicht immer. Herr Junghans freut sich auf den Tag, an dem er zum ersten Mal mit allem, was er braucht, allein zum Kunden fährt. Die Käufermappe und die Präsentationsunterlagen sind im Gepäck, die Vorbereitung auf das erste Gespräch im Kopf – und nun kann es losgehen.*

### 3.3 Das Nilpferd-Modell

Nilpferde sind wirklich beeindruckende Tiere. Riesengroß und schwer. Auf den ersten Blick wirken sie gemütlich, ruhig und zurückhaltend. Wenn Sie sich das nachfolgende Bild für einige Sekunden anschauen: Was sehen Sie?