

**NIKOLAUS B. ENKELMANN**

# **Mit Persönlichkeit zum Verkaufserfolg**

Der Weg zum Meisterverkäufer

 **WALHALLA**  
**FACHVERLAG**

# Schnellübersicht

Kunden wünschen sich starke Partner	7
<b>1</b> Der Spitzenverkäufer – ein kurzes Profil .....	9
<b>2</b> Die Persönlichkeit des Verkäufers .....	15
<b>3</b> Ein wenig Verkaufs- psychologie .....	29
<b>4</b> Verkaufstraining für Spitzenverkäufer .....	47
<b>5</b> Die richtige Einstellung im Verkaufsgespräch .....	87
<b>6</b> Die 23 Essentials der erfolg- reichen Gesprächsführung ...	101
<b>7</b> Verkaufen mit Leidenschaft – die Macht der Begeisterung ..	107
Literaturhinweise .....	111

# Kunden wünschen sich starke Partner

Zwei Männer saßen in einer Bar. Der eine fragte den anderen:

„Sind Ihnen die Amerikaner sympathisch?“

„Nein“, antwortete der zweite Mann mit Nachdruck.

„Sind Ihnen die Franzosen sympathisch?“ wollte der Erste weiter wissen.

„Nein“, entgegnete der Andere mit gleicher Entschiedenheit.

„Die Engländer?“

„Nein.“

„Die Russen?“

„Nein.“

„Die Deutschen?“

„Nein.“

Eine Pause trat ein, der erste Mann hob sein Glas an den Mund und fragte schließlich:

„Wer ist Ihnen denn sympathisch?“

„Meine Freunde“, kam ohne Zögern die Antwort.

Diese kleine Geschichte von Erich Maria Remarque demonstriert in wenigen Worten die enorme Kraft der Sympathie. Letztlich bestimmt nicht die Zuhörigkeit zu einer bestimmten Nationalität, Kultur oder Religion, wie gut wir uns mit jemandem verstehen, sondern allein das „was rüberkommt“ – unsere Ausstrahlung, unsere Persönlichkeit.

Für uns als Verkäufer bedeutet das: Unsere Kunden sind unsere Partner. Nicht mehr die Verkaufstechnik entscheidet, sondern unsere Einstellung zur Tätigkeit. Was vor Jahren mit „aktivem Zuhören“ begann, bestimmt heute zunehmend unseren Ver-

kaufsalldag: Vertrauen und Offenheit, Freundlichkeit und Kulanz, Sympathie und Kooperation. Nicht unser Fachwissen entscheidet über den Ausgang eines Verkaufsgesprächs, sondern unsere Ausstrahlung und Persönlichkeit, unsere Fähigkeit, uns auf Kunden einzustellen – kurz: unser Charisma. Wie Sie dieses Charisma Schritt für Schritt entwickeln, das ist mein Anliegen.

Jeder möchte als Kunde ernst genommen werden. Wir alle wünschen uns, der Gesprächssituation entsprechend angemessen behandelt zu werden, wir alle hoffen auf ein offenes Lächeln unserer Verkäuferin oder unseres Verkäufers. Doch noch immer wird häufig die Unfreundlichkeit von Verkäuferinnen und Verkäufern beklagt. In der Tat haben nur die wenigsten Verkäufer eine verkaufpsychologische Ausbildung. Wie Sie mit Ihren ganz eigenen „Bordmitteln“ zu einer starken Verkäuferpersönlichkeit werden können, zeigt Ihnen dieses Buch.

Grundsätzlich stehen Ihnen zwei Wege offen, mehr zu verkaufen. Erstens: mehr Kundenbesuche. Zweitens: mehr Verkäufe bei jedem einzelnen Kundenbesuch. Vertrauen Sie mir: Die zweite Möglichkeit ist auf Dauer die erfolgreichere. Das ist weder Kunst noch graue Theorie – Sie besitzen dieses Potenzial! Wie Sie es aktivieren und optimieren – „Mit Persönlichkeit zum Verkaufserfolg“ weist Ihnen den Weg.

Die moderne Gehirnforschung hat bewiesen, dass jeder Mensch Kräfte besitzt, die ihm die Möglichkeit geben, über sich hinauszuwachsen. Im Grunde genommen ist daher jeder Mensch für den Erfolg bestimmt. Alles ist in Ihnen – auch der Spitzenverkäufer!

*Nikolaus B. Enkelmann*

# 1. Erfolgreich durch andere

Andere Menschen machen Sie erfolgreich – für den erfolgreichen Verkäufer ist das eine Selbstverständlichkeit, für einen eitlen Verkäufer bricht die Welt zusammen, denn er glaubt nur an sich und an sein Fachwissen.

Der erfolgreiche Verkäufer aber weiß, er kann ein Genie sein, er kann das beste Produkt besitzen – letztlich aber machen uns andere Menschen erfolgreich.

Ganz gleich, ob Sie Kunde oder Einkäufer sind – diese psychologische Grunderkenntnis bleibt gleich: Andere machen uns erfolgreich. Aus diesem Grund ist die Kunst der positiven Menschenführung der Weg zum Spitzenverkäufer.

Die Stärke des Spitzenverkäufers liegt in seiner gesteigerten Kontaktfähigkeit. Für einen Spitzenverkäufer gehört es zum Können, Kontakte herzustellen: ohne Kontakt kein Gespräch, ohne Gespräch keinen Auftrag, ohne Auftrag keine Provision.

Denken wir intensiver über das Geheimnis der Spitzenverkäufer nach, so erkennen wir tiefenpsychologische Zusammenhänge: Verkaufen ist ein sozialer Akt, bei dem der eine etwas besitzt, was der andere benötigt. Verkaufen heißt nicht, dem Bauern eine Melkmaschine zu verkaufen und die Kuh in Zahlung zu nehmen. Das mag ein mehr oder weniger guter Witz sein, hat aber mit Verkaufen nichts zu tun. Denn wir leben heute in einer arbeitsteiligen Welt, in der der eine etwas besitzt oder produziert, was der andere benötigt.

Ein Spitzenverkäufer hat die nachfolgende Maxime tief in seinem Unterbewusstsein eingepägt: „Zu seinem Vorteil lässt sich jeder gern beeinflussen.“ Der Verkäufer der Zukunft weiß: Verkaufen ist Problemlösen. Darum ist die entscheidende Frage: Will ich den Kunden belehren oder will ich ihm etwas verkaufen?

Der eitle Verkäufer missbraucht das Verkaufsgespräch, um dem Kunden zu beweisen: „Ich weiß viel mehr als du. Ich bin viel klüger

als du.“ Spitzenverkäufer vermeiden im Verkaufsgespräch intellektuelles Fachsimpeln und unverständliche Fremdwörter, denn sie wissen: Der Gesprächspartner könnte sich geistig unterlegen fühlen, die Lust am Gespräch verlieren und mit einem Nein reagieren.

Fachwissen ist gut, Menschenkenntnis ist aber genauso wichtig. Darum stellen Sie sich immer wieder die Frage, welche Wünsche, welche Probleme sich hinter dem Kaufwunsch eines Kunden verbergen? Der Spitzenverkäufer muss die Motive des Kunden erspüren.

Spitzenverkäufer verkaufen Problemlösungen: „Welche Vorteile bringt mein Angebot dem Kunden?“ Lösungen zu verkaufen macht Freude und steigert die Liebe zum Beruf. Spitzenverkäufer wissen: Das Argument „Die Ware spricht für sich“ ist falsch. Es sind die vielen Begleitumstände, die den Ausgang eines Verkaufsgesprächs entscheiden.

## **2. Persönliche Eigenschaften und Fähigkeiten des Spitzenverkäufers**

Der Spitzenverkäufer muss ein guter Mensch sein, denn er will sich das Vertrauen seiner Kunden nicht ergaunern. Sein Ziel ist es, ein Vertrauensverhältnis aufzubauen. Gute Verkäufer haben eine lange und intensive Beziehung zu ihren Kunden.

Das Vertrauen des Kunden ist Ihr größtes Kapital. Vor allen Dingen dann, wenn Sie nicht nur heute, sondern auch morgen im Geschäft bleiben wollen.

Spitzenverkäufer versprechen also nichts, was sie nicht halten können. Sie wissen: Kunden, die ihrem Verkäufer vertrauen, sind treu. Kunden vertrauen dem Verkäufer, mit dem sie unmittelbar zu tun haben – erst dann folgt das Unternehmen, mit dem Kunden meist nur durch Briefe und Rechnungen in Kontakt stehen.

Wie wichtig das Vertrauen, die persönliche Beziehung zu einem Kunden ist, erkennen Sie am besten an einem auch Ihnen bekannten Beispiel: Wechselt ein Verkäufer sein Unternehmen, nimmt er einen Großteil seiner Kunden mit. Darum werden Verkäufer oft abgeworben – durch sie kommen Unternehmen an neue Kunden.

Vor kurzem erzählte mir ein Spitzenverkäufer von seinem größten Geschäftsabschluss. Auf meine Frage, wie er an den Kunden gekommen sei, sagte er: „Durch einen Kunden, der nicht bei mir gekauft hatte, der aber so von meiner Persönlichkeit angetan war, dass er mich bei jeder Gelegenheit weiterempfohlen hat.“

Nicht jeder Mensch muss Ihr Kunde werden, aber immer mehr Menschen sollten von Ihrer Persönlichkeit begeistert sein, dann stellt sich Ihr Erfolg von ganz alleine ein.

### **Spitzenverkäufer: Eigenschaften und Fähigkeiten**

- |                                 |                        |
|---------------------------------|------------------------|
| ■ Vorbild sein                  | ■ Planvolles Vorgehen  |
| ■ Einsatzbereitschaft           | ■ Gepflegte Kleidung   |
| ■ Ausdauer                      | ■ Glück                |
| ■ Lebensfreude                  | ■ Redegewandtheit      |
| ■ Zielstrebigkeit               | ■ Risikobereitschaft   |
| ■ Disziplin                     | ■ Charme               |
| ■ Humor                         | ■ Vitalität            |
| ■ Pünktlichkeit                 | ■ Willenskraft         |
| ■ Lernfähigkeit                 | ■ Umsicht              |
| ■ Kreativität                   | ■ Verständnis          |
| ■ Autorität                     | ■ Takt                 |
| ■ Konzentration                 | ■ Toleranz             |
| ■ Führungswillen und -fähigkeit | ■ Einfühlungsvermögen  |
| ■ Gedächtnis                    | ■ Freundlichkeit       |
| ■ Konsequenz                    | ■ Harmonie ausstrahlen |

*Fortsetzung: Spitzenverkäufer: Eigenschaften und Fähigkeiten*

- |                             |                          |
|-----------------------------|--------------------------|
| ■ Entschlusskraft           | ■ Vertrauen ausstrahlen  |
| ■ Dynamik                   | ■ Brillanz               |
| ■ Durchsetzungsvermögen     | ■ Initiative             |
| ■ Loyalität                 | ■ Großzügigkeit          |
| ■ Diplomatie                | ■ Charisma               |
| ■ Fachwissen                | ■ Weitblick              |
| ■ Unternehmerisches Denken  | ■ Fleiß                  |
| ■ Selbstbewusstsein         | ■ Belastbarkeit          |
| ■ Intelligenz               | ■ Begeisterungsfähigkeit |
| ■ Zuverlässigkeit           | ■ Offenheit              |
| ■ Rückgrat                  | ■ Blickkontakt suchen    |
| ■ Überzeugungskraft         | ■ Sich verkaufen können  |
| ■ Dankbarkeit               | ■ Loben können           |
| ■ Mut                       | ■ Menschenkenntnis       |
| ■ Verantwortungsbewusstsein | ■ Aufmerksamkeit         |
| ■ Selbstkritik              | ■ Respekt                |
| ■ Ehrlichkeit               | ■ Geduld                 |
| ■ Ruhe                      | ■ Gelassenheit           |

Hand aufs Herz: Halten Sie sich für einen Spitzenverkäufer? Sie sind sich nicht sicher? Dann sollten Ihnen folgende Fragen dabei helfen, eine Antwort darauf zu finden:

- Verlasse ich mich bei meiner Arbeit auf mich selbst oder rechne ich mit der Hilfe anderer?
- Halte ich an meinem Ziel fest oder gebe ich leicht auf?
- In welchem Umfang kann man sich auf mich verlassen, dass ich alles in meinen Kräften Stehende tun werde, um meine Verantwortung voll wahrzunehmen?

- Sieht die Mehrzahl meiner Kunden in mir die Verkörperung meines Unternehmens oder lediglich einen Vertreter?
- In welchem Umfang erregt mein Verhalten bei meinen Kunden den Wunsch, mir zuzuhören und meinen Vorschlägen freudig zu folgen?
- Arbeite ich aus eigenem Schwung oder muss ich immer wieder angetrieben werden?
- In welchem Umfang behalte ich, wenn ich in eine Krise gerate, die Nerven und gehe dagegen an, anstatt verzweifelt, verirrt und völlig entschlossen zu werden?
- Kommen mir fortlaufend neue Ideen, wie ich meine berufliche Tätigkeit ausüben soll oder verfolge ich hierbei ausgetretene Pfade, ohne Originalität zu zeigen?
- Entscheide ich im Rahmen der generellen Politik des Unternehmens innerhalb meines Aufgabenbereichs selbständig oder frage ich fortlaufend: „Was soll ich machen?“
- Inwieweit gelingt es mir, andere für mich arbeiten zu lassen?
- Beeinflusse ich die Anstrengungen der mir unterstehenden Reisenden durch vernünftige Direktiven?
- Teile ich mir meine Arbeit im Voraus ein und arbeite dann entsprechend dieses Arbeitsplans, indem ich die betrieblichen Formulare, Verkaufsförderungsprogramme usw., die mir zur Verfügung stehen, ausnutze?
- Wie weit bin ich im Stande, meine Verkaufsleistungen zu organisieren und sie auf die speziellen Wünsche und Interessen eines jeden Kunden abzustellen?
- Bin ich beim Verkaufsangebot überzeugend und mitreißend?
- Auf welchem Gebiet muss ich meine Leistungen steigern, was hemmt mich in meiner vollen Entfaltung?