



Gute Verkäufer verkaufen nicht

Das überrascht Sie jetzt vielleicht, aber auch ich verkaufe. Meine Beratungsleistung, meine Bücher, Beiträge, Seminare und Coachings verkaufen sich nicht von alleine. Wenn sie das täten, wäre ich enttäuscht. Denn ich verkaufe gerne – weil ich nicht verkaufe.

Das ist die paradoxe Antwort, die ich gebe, wenn Verkäufer mich nach meinem Erfolgsrezept fragen. Denn wenn sie sehen, wie gut ich selbst in einer Wirtschaftskrise verkaufe, werden sie neidisch und neugierig: „Wie machen Sie das?“ Betrachten wir ein Beispiel.

Ich rufe den Leiter einer Management-Akademie an, um ihm mein Sünden-Seminar anzubieten. Meine Unterlagen hat er schon. Er sagt: „Ich hatte noch keine Zeit, in die Unterlagen reinzuschauen. Aber eigentlich brauchen wir zu diesem Thema im Moment auch nichts.“ Das ist eine klare Absage. Ein normaler Verkäufer knirscht daraufhin mit den Zähnen und legt sich den Kontakt auf Wiedervorlage. Ich bin nicht normal. Also sage ich: „Machen Sie sich keinen Stress. Vergessen Sie mal die Unterlagen. Es reicht ja, wenn Sie das Thema kennen: Sünden im Management. Und wenn ich damit irgendwann in Ihr Programm passe, reden wir einfach wieder drüber. Darf ich Ihnen in der Zwischenzeit die neue Ausgabe meines Management-Newsletters schicken?“ Worauf er ganz begeistert erzählt, dass er in der letzten Ausgabe ein tolles Thema entdeckt hätte. Wir plaudern zehn Minuten über dieses Thema. Obwohl er mir doch eigentlich schon abgesagt hat und obwohl jeder „normale“ Verkäufer das Gespräch schon lange beendet hätte. Am Ende sagt er unvermittelt: „Wir machen im Juni unsere Seminarplanung. Also rufen Sie mich noch im Mai an, damit wir Sie berücksichtigen können.“ Hoppla, was war das?

Deshalb behaupte ich: **Ich verkaufe, weil ich nicht verkaufe.** Ich versuche einfach, ganz normal mit dem Kunden zu reden. Als ob er ein ganz normaler Mensch wäre. Wäre? Das ist er, verdammt noch einmal! Wir Verkäufer behandeln ihn bloß ständig, als ob er lediglich Umsatzvieh wäre! Und wer so „verkauft“, der darf sich nicht über schlechte Umsätze wundern.

Ich kenne einen Verkäufer, der in einem Preisdumping-Markt seine Produkte konsequent zehn Prozent über Marktpreis verkauft. Sind seine Kunden verrückt geworden? Nein. Wenn ich mit ihnen rede und sie darauf aufmerksam mache, dass sie für zehn Prozent weniger Geld dieselbe Qualität auch bei der Konkurrenz bekommen, lachen die mich aus! Die sagen mir: „Unfug! Der Robert (so heißt der Superverkäufer) dreht mir nicht bloß ein Produkt an. Der berät mich auch in allen Fragen der Warenwirtschaft, der Kostenoptimierung



und des Ehelebens. Und dafür sind die lächerlichen zehn Prozent gut angelegt!“ An dieser Stelle winken die meisten Verkäufer ab: „Aber ich kann doch nicht zum Experten für Warenwirtschaft, Kostenoptimierung und Eheberatung werden!“ Erstens spricht hier die reine Faulheit und zweitens: Robert ist das auch nicht.

Er redet bloß mit seinen Kunden über diese Themen. Weil das die Themen sind, die den Kunden umtreiben und quälen. **Und wer dem Kunden bei diesen Themen zuhört und mitredet, den belohnen sie auch. Weil ihnen oft nicht mal die eigenen Familienangehörigen bei diesen Themen zuhören!** Wenn ein Verkäufer ein guter Verkäufer ist, dann verkauft er noch lange nicht gut.

Aber wenn er ein guter Zuhörer und Mitredender ist, ein Beichtvater und Berater, ein Coach und guter Freund, dann macht er in- und außerhalb von Krisen ein glänzendes Geschäft. Immer. Garantiert. Und er hat einen Riesenspaß dabei! Vor allem: Seine Kunden respektieren ihn, behandeln ihn wie einen Freund, Kumpel, Vertrauten. Und das ist das Beste in Zeiten, in denen Verkäufer sich meist vorkommen wie Fußabtreter. Trotzdem bleiben die meisten Fußabtreter. Warum?

Wenn ich Verkäufer trainiere, dann bin ich immer der Erste beim Frühstück im Speisesaal des Seminarhotels. Denn ich beobachte meine Teilnehmer, wenn sie zur Tür hereinkommen. Neun von zehn gehen stumm und mit starrem Blick zum Frühstückstisch oder zum Büfett. Einer von zehn kommt rein, schaut die Leute an, grüßt freundlich, nickt ihnen zu, wechselt vielleicht ein oder zwei Worte mit einigen – das ist der Champion. Wenn ich ihn drei Monate nach dem Seminar anrufe, macht er den meisten Umsatz in der Gruppe. Weil er „mit Menschen kann“, wie die Redewendung sagt. Weil er mit ihnen reden kann, auch wenn er ihnen nichts verkaufen will. Gerade deshalb verkauft er besser als alle, die krampfhaft etwas verkaufen wollen.

Verkäufer können vieles. Mit Menschen einfach nur über deren Themen zu reden, können sie meist nicht. Es ihnen beizubringen ist harte Arbeit. Arbeit, für die ich von ihren Verkaufs- und Vertriebsleitern gut bezahlt werde. Zumindest von denen, die verstanden haben, dass es diese Fähigkeit ist, die den großen Umsatz bringt. Egal, ob Sie das im Seminar, im Coaching oder Do-it-yourself lernen: Lernen Sie es! Und machen Sie mehr Umsatz als Sie sich in Ihren kühnsten Träumen auszumalen wagen.