

Inhaltsverzeichnis

Vorwort: Wird man als Topverkäufer geboren?	1
1. Die klassische Verkäuferpersönlichkeit, gibt es sie?	7
1.2 Erfolgsfaktoren im Verkaufsverhalten von Top-Verkäufern	8
1.1 Leistungsdynamik	12
1.2 Interpersonelle Fähigkeiten	14
1.3 Erfolgswille	16
1.4 Belastbarkeit/Resilienz	18
1.5 Erfolgsfaktor Sozialkompetenz: messen und entwickeln	20
2. Wie Top-Verkäufer im Verkaufsprozess agieren	23
2.1 Vorbereitung, Zielsetzung, Joint Venture Selling	25
2.2 Kontakt	32
2.3 Aufmerksamkeit	33
2.4 Analyse	34
2.5 Angebot	35
2.6 Prüfung	38
2.7 Abschluss	39
2.8 Nachbereitung, Zielüberprüfung, Kunden entwickeln	41
2.9 Erfolgsfaktor Verkaufsprozess: messen und entwickeln	42

3. Motivation für Spitzenleistungen	44
3.1 Was ist Motivation überhaupt?	44
3.1.1 Die Bedeutung der Ebenen der Persönlichkeit	47
3.1.2 Die vier motivationalen Systeme	52
3.2 (Selbst)-Motivation: das Schwungrad des Erfolges	62
3.2.1 Der Erfolgskreislauf für Motivation und Erfolg	64
3.2.2 Tipps aus der Hirnforschung zur Selbstmotivation	66
3.3 Psychologie der Selbst-Motivation (positive Psychologie)	71
3.3.1 Optimismus, Pessimismus oder Realismus	71
3.3.2 Pessimisten küsst man nicht	74
3.4 Motivation und die Bedingungen für optimale Leistung	79
3.4.1 Kooperation oder lieber internen Wettbewerb fördern?	79
3.4.2 Flow-Erleben und ein optimales Stress-Niveau?	82
3.4.3 Kulturelle Faktoren, unter denen Leistung erblüht	86
4. Selbst-Management für Spitzenleistungen	109
4.1 Verkäuferische Grundlagen (Checkliste fürs Tagesgeschäft)	111
4.2 Selbst-Motivation (Checkliste der Motivationspraxis)	114
4.3 Optimismus (Checkliste für realistische Selbstbewertung)	119
5. Zusammenfassung	124
Definition einiger neurowissenschaftlicher Fachbegriffe	125
Literaturverzeichnis:	137
Profiling-Systeme und Hirnforschung für Vertriebs Erfolg:	141
Über den Autor	142

Gender-Paragraph

Anmerkung:

Werden im Folgenden aus Gründen der besseren Lesbarkeit Personenbezeichnungen lediglich in der männlichen oder weiblichen Form verwendet, so schließt dies natürlich alle Geschlechter mit ein.



Vorwort: Wird man als Topverkäufer geboren?

Von meinen Kunden höre ich sehr häufig:

Wenn wir noch mehr Mitarbeiterinnen wie Frau xy hätten, dann wäre unser Vertrieb nicht zu schlagen, aber leider wachsen gute Verkäufer nicht auf Bäumen.

In dieser Aussage schwingt mit, dass es verkäuferische Fähigkeiten gibt, die man entweder hat oder nicht und dass es von einer vielleicht sogar „gottgegebenen“ Konstellation abhängt, ob man erfolgreich im Verkauf ist oder nicht.

Nach über 25 Jahren in Marketing und Vertrieb halte ich dies für einen Mythos. In diesem Buch untersuche ich Einstellungsfaktoren und zielführende Verhaltensaspekte besonders erfolgreicher Verkäufer.

Gleichzeitig möchte ich allen im Verkauf tätigen Menschen Mut machen:

Jeder ist in der Lage nah an die Top-Verkäufer heranzukommen.

Es sind nicht alleine Talent, Glück, oder die genetische Ausstattung, sondern die konsequente und disziplinierte Arbeit mit denjenigen Dingen, die funktionieren, die einen Top-Verkäufer ausmachen.

Talent alleine reicht für Spitzenleistungen nicht aus: Ein harter Arbeiter bringt es weiter als ein schlampiges Genie.

Natürlich ist ein gewisses verkäuferisches Talent hochwillkommen, aber alleine reicht es noch lange nicht aus. Verkäufer, ohne jegliches Talent bleiben selten lange im Vertrieb.

Mit diesem Buch möchte ich neben meiner Praxiserfahrung auch die Wissenschaft zu Rate ziehen und den Mythos des geborenen Verkaufstalents begraben.

Aus der Forschung wissen wir, dass wir 10.000 Stunden Übung brauchen, um in einem Bereich Spitzenleistungen zu erzielen. Wer dann noch einen guten Förderer, ein überdurchschnittliches Talent und Durchhaltevermögen hat, der wird absolute Weltklasse. Dabei spielt es keine Rolle, ob wir in der Welt der Musik, im Sport oder der Wirtschaft sind.

Erfolg (nicht nur im Vertrieb) folgt also eher der Formel:

Erfolg = (Talent + zielführende Einstellung + Wissen + Weisheit/Reflexion) x Einsatzfreude/Fleiß.

Zwischen Spitzenleistungen und Weltklasse liegen z.B. im Sport meist nur 5-10 %.

Und Spitzenleistungen kann jeder erreichen, wenn er die obige Formel anwendet.

Ich bin zutiefst davon überzeugt, dass Erfolg nur ein Geheimnis hat: **Wissen, dass man den richtigen Weg geht, von Zeit zu Zeit inne zu halten und zu prüfen, ob der Weg noch beschriftet wird, und ob alle Erfolgsfaktoren beherrscht werden dann losgehen und alles geben.**

In dieses Buch sind die Erkenntnisse aus Verhandlungs-, Verkaufspsychologie und moderner Hirnforschung eingeflossen.

Gemeinsam mit Verkaufs-Profis sind diese Erkenntnisse dann auf Anwendbarkeit in der Praxis überprüft worden.

Die wissenschaftliche und praktische Basis für die in diesem Ratgeber beschriebenen Phänomene entnehme ich folgenden 5 Quellen:

AFNB, Akademie für neurowissenschaftliches Bildungsmanagement:

Als Mitglied kann ich auf wissenschaftliche Forschungsergebnisse jederzeit zurückgreifen. Ein Team von Experten der Akademie für neurowissenschaftliches Bildungsmanagement (AFNB) erarbeitet Informationen von den anerkanntesten wissenschaftlichen Quellen.

Hierzu zählen Quellen, wie z.B. das Max-Planck-Institut in Deutschland, berühmte Universitäten wie Harvard in USA und renommierte Wissenschaftler unserer Zeit wie z.B. der Nobelpreisträger Prof. Dr. Eric Kandel oder der wohl bekannteste Neurobiologe Europas, Prof. Dr. Gerhard Roth.

Academy of neuroscience:

Das Ausbildungsprogramm zum Master of cognitive neuroscience zählt zu den innovativsten und zukunftsorientiertesten Angeboten für Trainer, Berater und Coaches sowie für Unternehmer und Entscheider.

Das Programm zum Master of cognitive neuroscience habe ich in 2017 abgeschlossen.

Als Experte für Personalentwicklung – nicht nur im Vertrieb - habe ich umfassendes (neuro)psychologisches Wissen erworben, das durch validierte Konzepte der Hirnforschung abgesichert ist.

DNLA, verhaltenswissenschaftliche Analysen:

DNLA –Discovering Natural Latent Abilities basiert auf Grundlagenforschung zum Thema "Sozialkompetenz" und "Berufliche Erfolgsfaktoren" am Max-Planck-Institut in München.

Es wurde ein wissenschaftlich abgesichertes Modell entwickelt, das alle wesentlichen Faktoren im Bereich sozialer Kompetenz, die den Berufserfolg beeinflussen, beinhaltet.

Ein Team von Psychologen, erfahrenen Personalfachleuten, Trainern, Unternehmensberatern, Coaches und IT-Spezialisten entwickelte auf Grundlage dieser Erkenntnisse das DNLA - Expertensystem.

Ich setze diese verhaltenswissenschaftlichen Verfahren regelmäßig bei Qualifizierungsinitiativen ein, um die beteiligten Mitarbeiter/innen

Positive Psychologie:

Martin Seligman, einer der Begründer der positiven Psychologie hat untersucht, welche Bereiche des menschlichen Lebens wirklich zur tiefen Zufriedenheit beitragen, zum Wohlbefinden und am Ende auch zu einer nachhaltigen Leistungsfähigkeit.

Methoden der positiven Psychologie werden in diesem Buch - insbesondere im Rahmen der (Selbst)-Motivation - immer wieder angesprochen.

Evidence Based Management:

Der Begriff Evidenzbasiertes Management kennzeichnet eine Bewegung aus den USA (Hauptverteter: Jeffrey Pfeffer, Robert Sutton, Tracy Altman, Dennise Rousseau), wonach Managemententscheidungen durch expliziten Gebrauch bestmöglicher wissenschaftlicher Methoden und Befunde getroffen werden sollten.

EbM stützt sich auf Prinzipien der evidenzbasierten Medizin.

Ich bin der festen Überzeugung, dass wir im Businesskontext zu häufig aus dem Bauch heraus entscheiden. (Die Hirnforschung beweist uns, dass wir auch komplexe Entscheidungen mit einer hohen Beteiligung unserer emotionalen Prägung treffen.

Das ist oft von Vorteil, in vielen Situationen ist es jedoch besser, vor einer Entscheidung, unsere kritisch rationalen Faktitäten zu bemühen und zu schauen, ob es Beweise gitb, die ggf. in eine andere Richtung deuten.

Validierung durch Praxiserfahrung:

Alle wissenschaftlichen Erkenntnisse des erfolgreichen Verkaufens habe ich im Laufe von Projekten mit Führungskräften und Spitzenverkäufern diskutiert und auf praktische Anwendbarkeit und auch auf Validität hin überprüft.

Von den besten Vertriebsprofis habe ich darüber hinaus die meisten der im Buch genannten Praxis-Tipps im Rahmen von Trainings- und Coachings bekommen.

Ich bin sehr dankbar, dass ich von diesen Menschen lernen durfte.

Weitere empirische Erkenntnisse sind aus einer 10jährigen Beratungspraxis entstanden, bei der ich an der Schnittstelle zwischen Beratung, Training und Coaching gearbeitet habe.

Im ersten Buch der Reihe „Gehirnwissen für den Vertrieb“ stand der Verkaufsprozess unter dem Blickwinkel der Psychologie und Hirnforschung im Blickpunkt.

Viele unserer automatisierten Verhaltensmuster haben wir dabei wissenschaftlich beleuchtet. Und, wir haben uns Techniken und Tools für mehr Verkaufserfolg angesehen, die Verkaufsprofis täglich anwenden.

Im diesem zweiten Buch dieser Reihe gebe ich einen Überblick über den gegenwärtigen Stand der wissenschaftlichen und praktischen Erkenntnisse in Bezug auf das Verhalten von besonders erfolgreichen Verkäufern.

Wir beleuchten die klassische Verkäuferpersönlichkeit, d.h., wir schauen uns an, welche Verhaltensaspekte, Einstellungsfaktoren und Checklisten im Verkaufsprozess besonders erfolgversprechend sind.

Darüber hinaus sehen wir uns an, welche gesicherten wissenschaftlichen Erkenntnisse es in Bezug auf das Thema Motivation von Verkäufern gibt.

Der Kreis schließt sich durch einen Transfer von Erkenntnissen und Vorgehensweisen aus der Praxis, die um das Thema Selbstmanagement kreisen.

In diesem Buch untersuchen wir folgende Erfolgskriterien:

Die richtige Haltung und Einstellung zur Aufgabe im Vertrieb.

- **Die Leistungsbereitschaft (Kapitel 1)**

Das tiefgehende Verständnis über den erfolgreichen Verkaufsprozess.

- **Das Leistungspotenzial (Kapitel 2)**

Die disziplinierte tägliche Anwendung des Wissens um erfolgreichen Vertrieb und die tägliche Motivation zur Leistung

- **Die Leistungskontinuität (Kapitel 3 und 4)**

Viel Freude beim Lesen wünscht Ihnen

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'H. W. S.', written in a cursive style.

1. Die klassische Verkäuferpersönlichkeit, gibt es sie?

Seit die Psychologie sich mit Persönlichkeitsaspekten befasst hat, sind Personalverantwortliche und Vertriebsleiter damit befasst, die perfekte Verkäuferpersönlichkeit zu ermitteln.

Es gibt in der Persönlichkeitsforschung eine große Fülle von wissenschaftlichen Erklärungsmodellen (z. B. die Big Five der Persönlichkeit, deren Wurzeln in die 1930er Jahre reichen), die allesamt versuchen eine Klassifizierung der Persönlichkeit zu erreichen.

Begriffe wie Extraversion, Neurotizismus, Offenheit, Gewissenhaftigkeit und soziale Verträglichkeit kommen aus dieser forscherschen Ecke.

Modernere Ansätze, die auch die Erkenntnisse der Hirnforschung einbeziehen, finden Sie bei Häusel (Management-Persönlichkeitsmodelle auf dem Prüfstand der Hirnforschung und des Limbic® Ansatzes.)

Häusel geht in seiner Limbic Map davon aus, dass es Gegensatzpaare der Persönlichkeit gibt, die sich im Wesentlichen durch individuelle hirnbedingte Ausprägungen der Menschen zurückführen lassen.

Er nennt dabei Dominanz, Stimulanz, Balance, und Harmonie als wesentliche Faktoren die die Persönlichkeit von Verkäufer und Käufer charakterisieren.

In seiner Analyse „Management-Persönlichkeitsmodelle auf dem Prüfstand der Hirnforschung und des Limbic® Ansatzes“ vergleicht er auch andere Persönlichkeitsmodelle mit seiner Klassifizierung.

So wertvoll diese Modelle für die wissenschaftliche Klassifizierung von Menschen sind, so schwierig sind die Anwendungen in der Praxis des täglichen Verkaufens.

Und vor allen Dingen, sagen sie überhaupt etwas darüber aus, ob jemand im Verkauf erfolgreich ist?

Sagt die Tatsache, dass ein Mensch eher introvertiert ist, etwas über die verkäuferischen Fähigkeiten aus?

Sind harmoniebedürftige Menschen schlechter im Abschluss?

Bringen dominante und stimulanzorientierte Menschen mehr Umsatz?

Nach meiner Erfahrung mit hunderten von Mitarbeiter/innen in verschiedenen Branchen, die ich bei Coachings bei ihren Kunden und in Trainingsprojekten begleiten durfte, **haben sich diese Persönlichkeitsfaktoren alleine nicht als prognosesicher für gute Leistungen im Vertrieb herausgestellt.**

In der akademischen Psychologie ist man sich darüber relativ einig, dass Persönlichkeitsfaktoren früh im Leben eines Menschen festgelegt sind. (bis zum 6. oder 7. Lebensjahr)

Danach sind Persönlichkeitsveränderungen zwar durchaus möglich, jedoch muss sehr viel Aufwand betrieben werden. Und einige Faktoren scheinen gar nicht veränderbar zu sein.

Interessierte Leser mögen dies bei Roth (2008): Persönlichkeit, Entscheidung und Verhalten nachlesen.

1.2 Erfolgsfaktoren im Verkaufsverhalten von Top-Verkäufern

Welche Faktoren bestimmen den nun die Leistungen im Vertrieb, wenn die Persönlichkeit der Verkäufer nicht den entscheidenden Ausschlag gibt?

Menschen können sich, wenn sie Einsicht in Ihr Verhalten gewonnen haben schnell und zielorientiert verändern.

Die Geschwindigkeit und die Intensität der Veränderung sind dabei umso größer, je höher der Grad der Notwendigkeit eingeschätzt wird und ein gewisser Leidensdruck existiert.

Bei Qualifizierungsmaßnahmen von Vertriebs-Teams arbeite ich mit einem Verfahren, dass sich sehr gut eignet, herauszufinden, **welche Verhaltensaspekte und Einstellungen für gute Verkäufer typisch sind und wo es ggf. für Teilnehmer einer Analyse noch „Raum für Verbesserungen“ gibt.**

Es stehen verhaltenspsychologische, verkaufsstrategische und -taktische Aspekte im Vordergrund, auf die wir einen großen Einfluss haben.

Von Verkäufer/innen werden schnelle Reaktionen, Wachheit in der Wahrnehmung und entsprechende kommunikative Fähigkeiten gefragt.

Es geht dabei vor allen Dingen darum, im Verkaufsgespräch das Heft in der Hand zu halten und sich nicht durch bewusste oder unbewusste Ablenkungsmanöver der Kunden aus dem Konzept bringen zu lassen.

Gute Ergebnisse kommen nur dann zustande, wenn es im Verkauf gelingt, vielfältige Pfeile im Kommunikationsköcher zu haben, die zur richtigen Zeit eingesetzt werden, um Einwände oder Vorwände des Kunden zu entkräften und einen Stillstand in der Verhandlung zu vermeiden.

Eine wesentliche Voraussetzung für Verkaufserfolge sind - über die reine Beherrschung von Techniken und Tools hinaus - die Haltungs- und Einstellungsdimensionen erfolgreicher Verkäufer.

Das, was man heutzutage den richtigen „Mindset“ nennt. Dazu gehört auch die Fähigkeit, sich selber zu motivieren.

Besonders erfolgreiche Verkäufer haben hier nachweislich Einstellungen entwickelt, die motivierend und zielführend sind. Und die vor allen Dingen mehr Leichtigkeit ins Verkaufsgespräch bringen.

Folgende Faktoren haben sich dabei in empirischen Untersuchungen herausgestellt.

Leistungsdynamik, mit den Unterpunkten:

Selbstvertrauen / Selbstbewusstsein

Selbstsicherheit

Leistungsdrang

Motivation

Interpersonelle Fähigkeiten, mit den Unterpunkten:

Kontaktfähigkeit

Auftreten

Einfühlungsvermögen

Erfolgswille, mit den Unterpunkten:

Einsatzfreude

Statusmotivation

Belastbarkeit/Resilienz, mit den Unterpunkten:

Misserfolgstoleranz

Emotionale Grundhaltung

Selbstsicherheit (ist sowohl ein Faktor der Leistungsdynamik als auch der Belastbarkeit)

Diese obigen Haltungs- und Einstellungsdimensionen sind die für Vertriebsmitarbeiter/innen wichtigsten Erfolgsfaktoren, die sich in einer sozialkompetenten und erfolgsorientierten Vorgehensweise zeigen.

Diese 11 Erfolgsfaktoren (und zusätzliche 6 weitere) können in einem Profilingverfahren analysiert und dann gezielt weiterentwickelt werden.

Übersicht 1 Kompetenzmodell Vertrieb: Verhaltensaspekte (Sozial- und Mentalkompetenz)



Im Folgenden stelle ich diese Faktoren vor.

**Es gibt ein Muster erfolgreichen Verkaufens.
Die wesentlichen Erfolgsfaktoren dieses Musters sind:**

- Leistungsdynamik
- interpersonelle Fähigkeiten
- Erfolgswille
- Belastbarkeit/Resilienz

Als zusätzliche Erfolgsfaktoren sind die verkäuferischen Fähigkeiten hervorzuheben, die in Kapitel 2 vorgestellt werden.

1.1 Leistungsdynamik

Selbstvertrauen / Selbstbewusstsein

Wenn hohes Potenzial vorhanden ist, können diese Menschen sehr gut sowohl die Schwierigkeit einer Aufgabe einschätzen als auch ihre eigene Leistungsfähigkeit. Ihr ausgeprägtes Selbstbewusstsein ist einer der Schlüsselfaktoren in der Kommunikation.

Erfolgreiche Verkäufer wollen jeden Tag besser werden.

Konflikte, Meinungsverschiedenheiten oder schwierige berufliche Situationen werden nicht als Bedrohung, sondern als Herausforderung angesehen. Bei Auseinandersetzungen und in beruflichen Diskussionen wird der eigene Standpunkt angemessen vertreten. Neue Aufgaben oder Änderungen im Organisationsablauf werden positiv angenommen und zuversichtlich umgesetzt.

Auf den Punkt gebracht:

Erfolgreichen Verkäufern gelingt die Einschätzung der eigenen Leistungsfähigkeit. Sie beherrschen ihr Fach und wissen das auch.

Top-Verkäufer sagen:

"Ich beherrsche mein Fachgebiet und bringe mich aktiv in Prozesse ein."

Selbstsicherheit

Wenn hohes Potenzial vorhanden ist, bedeutet das, dass man grundsätzlich kein Gefühl der Unsicherheit empfindet.

Man kann eigene Bedürfnisse formulieren und dem Gegenüber vortragen, ohne verletzend oder aggressiv zu wirken. Man kann für sich Entscheidungen fällen und sich damit sicherer im Berufsleben bewegen.

Diese Menschen akzeptieren die beruflichen Umstände und machen das Beste daraus. Selbständiges Arbeiten mit entsprechenden Ziel- und Teilszielsetzungen ist für sie normal. Sie sehen sich oft als Zentrum der Aktivitäten und setzen sich nicht nur für eigene Belange, sondern auch für die von Kollegen/innen ein.

Auf den Punkt gebracht:

Erfolgreiche Verkäufer fühlen sich bei ihren Handlungen sicher. Sie zweifeln nicht an ihrer Wirksamkeit. Sie leiten dies jedoch nicht aus Arroganz, sondern aus Vorbereitung und zielorientierter Arbeit ab.

Top-Verkäufer sagen:

"Ich fühle mich sicher und akzeptiert bei dem, was ich tue."

Leistungsdrang

Wenn hohes Potenzial vorhanden ist, stellen diese Menschen entsprechende Ansprüche an ihre eigenen Leistungen und bewältigen Herausforderungen ohne Probleme.

Ihr natürlicher Drang zu leisten wird durch äußeren Druck sogar noch positiv beeinflusst.

Auch in Stress-Situationen behalten sie ihr hohes Anspruchsniveau und können sogar noch zulegen.

Sie haben erkannt, dass es bei der Erreichung eines Zieles immer zwei Möglichkeiten gibt: Erfolg bedeutet: Das Ziel wurde erreicht, Misserfolg bedeutet, das Ziel wurde nicht erreicht. Misserfolge werden als etwas Natürliches angesehen, aus dem man für die Zukunft lernen kann.

Auf den Punkt gebracht:

Erfolgreiche Verkäufer haben keine Leistungsängste, sie geben sich nicht mit wenig zufrieden. Sie sind ehrgeizig, aber nicht verbissen.

Top-Verkäufer sagen:

"Ich mag herausfordernde Situationen."

Motivation

Wenn hohes Potenzial vorhanden ist, engagieren sich diese Menschen für die ihnen gestellten Aufgaben und identifizieren sich mit den Zielen ihres Unternehmens.

Mit ihrer Leistungsorientierung wollen sie immer das Bestmögliche für sich, ihre Mitarbeiter/innen und Kollegen/innen und ihr Unternehmen herausholen.

Sie orientieren sich deutlich am Leistungsprinzip. Das wirkt sich positiv auf

Fleiß, Ausdauer und ihr Teamverhalten aus. Ihr Engagement wird sichtbar und motiviert Andere mitzuziehen, über einen langen Zeitraum an der Grenze der Leistungsfähigkeit zu arbeiten. Wenn sie das Gefühl haben, mit ihrer Leistung hinter den Kollegen/innen zu liegen, strengen sie sich entsprechend an, um die Lücke zu schließen.

Auf den Punkt gebracht:

Erfolgreiche Verkäufer identifizieren sich voll mit den Aufgaben und Zielsetzungen der Position. Sie sehen dabei nicht nur ihre eigene Leistung, sondern auch die der gesamten Organisation.

Top-Verkäufer sagen:

"Das, was ich tue, mache ich gerne, es macht Sinn und erfüllt mich."

1.2 Interpersonelle Fähigkeiten

Kontaktfähigkeit

Wenn hohes Potenzial vorhanden verstehen es diese Menschen, etwas von sich selber preiszugeben.

Diese Fähigkeit animiert ihre Gesprächspartner/innen, sich ebenfalls zu öffnen.

Sie verstehen es, emotionale Botschaften anderer zu entschlüsseln.

Erfolgreiche Verkäufer öffnen sich gegenüber dem Kunden und öffnen damit den Kunden.

In relativ kurzer Zeit wird dadurch eine persönliche Gesprächsatmosphäre geschaffen.

Sie können auf Kollegen/innen, Vorgesetzte und Geschäftspartner unbefangen zugehen. Bei Kontakten tauschen sie mit anderen unbefangenen Informationen aus, die eher zum persönlich-privaten Bereich gehören. Es gelingt es ihnen leicht, Beziehungsnetzwerke aufzubauen.

Auf den Punkt gebracht:

Erfolgreiche Verkäufer öffnen sich, geben etwas von sich preis, zeigen Emotionen, und sind ungezwungen.

Top-Verkäufer sagen:

"Ich kann gut auf Menschen zugehen und komme mit jedem klar."

Auftreten

Wenn hohes Potenzial vorhanden ist, treten diese Menschen gegenüber sozial höher Gestellten entspannt und ungezwungen auf, weil sie keine Unterlegenheitsgefühle entwickeln.

Gegenüber hierarchisch oder sozial Höherstehenden zeigen sie generell keine Verunsicherung.

Ihr Auftreten wirkt auf Kollegen/innen und Vorgesetzten im Allgemeinen eher partnerschaftlich. Bei Vorgesetzten erzielen sie leichter Akzeptanz als Menschen mit geringem Potenzial. Ihr beruflicher Erfolg wird durch ihre Sicherheit im Auftreten nicht unmaßgeblich beeinflusst.

Auf den Punkt gebracht:

Erfolgreiche Verkäufer stellen sich immer gut auf alle sozialen Ebenen ein, mit denen sie zu tun haben.

Top-Verkäufer sagen:

"Ich kann mit jedem auf Augenhöhe kommunizieren."

Einfühlungsvermögen

Wenn hohes Potenzial vorhanden ist, haben diese Menschen ein sehr gutes Gespür für Andere, für deren Gefühlslage, für deren Bedürfnisse und Wünsche.

Wenn man miteinander spricht verwendet man ja nicht nur direkte Botschaften, sondern besondere „Signale“, die „zwischen den Zeilen“ stehen. Diese Botschaften werden durch die Formulierung des Gesprochenen, durch den Tonfall, die Mimik und Gestik übertragen.

In jedem Gespräch kommt es entscheidend darauf an, diese Botschaften

schnell und richtig zu interpretieren, um adäquat auf den Anderen reagieren zu können.

Diese Fähigkeit ist besonders in Berufen wichtig, in denen man viel mit anderen Personen zu tun hat und wo es darauf ankommt, einen guten Kontakt herzustellen. Mit dieser Sensibilität gelingt es meist, auch in schwierigen Situationen Gelassenheit zu bewahren und ein gutes Klima herzustellen.

Auf den Punkt gebracht:

Erfolgreiche Verkäufer erkennen und senden Botschaften ihrer Gesprächspartner. (Sie stellen sich optimal auf die Wellenlänge des Kunden ein)

Top-Verkäufer sagen:

"Ich kann mich gut auf Menschen einstellen und verstehe, was sie bewegt."

1.3 Erfolgswille

Einsatzfreude

Wenn hohes Potenzial vorhanden ist, identifizieren sich diese Menschen mit ihrer Arbeit und mit ihren Aufgaben. Sie setzen sich mit Engagement ein.

Ihre Bereitschaft sich anzustrengen ist hoch.

Mit höheren Belastungen umzugehen, stellt für sie kein Problem dar.

Ein hoher Einsatz für ihre beruflichen Ziele ist für sie schon fast eine Notwendigkeit.

Sie sind gut ansprechbar und bereit, alle an sie gestellten Forderungen zu erfüllen.

Im Kollegenkreis gelten sie als leistungsorientiert und engagiert.

Erfolgreiche Verkäufer nutzen denjenigen Erfolgsfaktor, der jedem sofort zur Verfügung steht: Fleiß!
