

SCHULUNGEN IM VERKAUF

Von Ruedi Schweizer

Der Verkauf als Instrument des Marketings ist durch eine starke Nähe zum Markt und dessen Teilnehmer geprägt. Ein Verkäufer steht im Alltag mit zahlreichen, unterschiedlichen Teilnehmern des Marktes im Kontakt. Speziell aus diesem Grund ist es von grosser Wichtigkeit der Ausbildung und der Schulung von Verkäufern eine entsprechende Aufmerksamkeit zu schenken.

1. Der geborene Verkäufer?

Es gibt viele verstorbene Verkäufer — aber keinen geborenen. Menschen bringen unterschiedlich viel Talent mit, gewiss — aber jeder kann die Fähigkeiten zum erfolgreichen Verkäufer in sich entwickeln. Talent und Wille ist eine Voraussetzung, um zu den Erfolgreichen zu gehören. Wer überhaupt kein Talent hat, aber die Bereitschaft, die richtigen Dinge richtig zu lernen, wird ebenfalls erfolgreich sein. Verkäufer treten eher jeden Tag zu ihrem internen Wettbewerb an, der sich um persönliche Zielerfüllung, Vorgaben der Firma und Nutzen für den Kunden dreht — und diesen Wettbewerb kann jeder gewinnen, der die Spielregeln kennt.

2. Die Kompetenzen eines Verkäufers

Entgegen der landläufigen Meinung, dass ein guter Verkäufer nur ein flinkes und geschicktes Mundwerk besitzen muss, gibt es wesentlich wichtigere Dinge im Leben eines Verkäufers — und das flinke Mundwerk gehört noch nicht einmal dazu. Ein Verkäufer benötigt ein profundes Fachwissen.

Lassen Sie sich nicht von irgendwelchen Gurus erzählen, dass Fachwissen nur stört. Worauf soll sich denn ein faires Verkaufsgespräch gründen, wenn nicht auf der gemeinsamen Basis von Kunde und Verkäufer, was den Einsatz und die Möglichkeiten des Produktes oder der Dienstleistung betreffen. Ausschliesslich psychologischer Firlefanz kann da nicht ausreichen.

3. Der USP des Verkäufers

Für ein Unternehmen, das im Marktwettbewerb steht, sind aus unserer Sicht die Verkäufer das strategische Bindeglied zwischen Unternehmen und Kunden. Verkäufer sind in einem besonderen organisierten Geschäftsprozess tätig, an dem eine Vielzahl von Kollegen und Führungskräften beteiligt sind. Vom Grundsatz sehen wir im Verkäufer:

- Er ist Repräsentant seines Unternehmens
- Er ist die konkrete, visuelle und emotionale Darstellung seines Unternehmens
- Er ist die Zu- und Vertrauensperson der Interessen, Wünsche und Kaufimpulse des Kunden
- In seinem Verhalten ist er Garant für Kompetenz, langfristige Kundenbindung und Servicegeber
- Der Verkäufer verkörpert sein Unternehmen in der konkreten Situation

Die Kernkompetenzen des Verkäufers sehen wir damit in seinen gelebten Grundwerten, in seiner emotionalen Intelligenz, in seinem Fachwissen. Er sollte eigenverantwortlich und unternehmerisch für Kunden, sein Unternehmen und für sich tätig sein.

4. Sinnvolle Schritte einer systematischen Ausbildung

Im ersten Schritt geht es darum, den Verkäufer in seinem Selbstverständnis zu festigen und auf seine zukünftigen Gesprächspartner einzustellen. Neben seiner Selbstreflexion sollen Themen wie Kunden- und Zielgruppenanalyse, Grundlagen der Gesprächsführung und die allgemeine Verkaufsvorbereitung im Mittelpunkt stehen. Danach kann sich der Verkäufer mit der Vertiefung des eigentlichen Kundengesprächs beschäftigen. Bedarfsermittlung, Argumentationsaufbereitung, Einwandintegration und strategischer Ablauf eines Verkaufsgesprächs stehen dann im Zentrum.

Im dritten Teil der Ausbildung wird dann das Beziehungsmanagement im Zentrum stehen. Schlagworte wie CRM, Cross-Selling und Neukundengewinnung stehen zur Bearbeitung an. Der Verkäufer lernt wie er seine Kunden begeistern kann, wie er ihnen „Lust auf ...“ machen kann. Letztlich braucht der Verkäufer einen Organisationsrahmen, in dem er sich bewegen kann. Nacharbeiten von Verkaufsgesprächen, Zeit- und Selbstmanagement und die emotionale Ausrichtung auf Erfolg gehören genauso dazu wie die optimale Koordination von Unternehmenszielen und Kundeninteressen.

5. Zum Schluss

Stillstand bedeutet Rückschritt — überall im Leben, so auch beim Verkauf. Wer als Verkäufer weiter kommen will, hat viele Disziplinen zu entwickeln. Ein hübsches Bündel von Anforderungen. Jeder Verkäufer muss sich fragen, wie weit er diese Kompetenzen bereits zufriedenstellend erfüllt — und welche Kompetenz er als nächste weiter entwickeln wird.

Gerne beraten wir Sie unverbindlich hinsichtlich einer Schulung oder eines spezifischen Trainings vor Ort. Auf unserer Homepage erfahren Sie zudem mehr über die regelmässig stattfindenden offenen Seminare.

Ruedi Schweizer

*Teilhaber SAMATRA GmbH – Wirtschaftspsychologe – Marketingleiter - Verkaufsleiter
Marketingberatung – Marketingschulungen – Marketingseminare – Marketingliteratur - Dozenten*

www.marketingberatung-samatra.ch

www.marketingseminare-samatra.ch

www.marketinglexikon.ch

www.marketingbuch.ch

www.markombuch.ch