

Redaktioneller Artikel

Intelligenz im Vertrieb

„Intelligenz schadet im Vertrieb nicht zwingend, aber sie nützt auch nur bedingt!“



„Intelligenz schadet im Vertrieb nicht zwingend, aber sie nützt auch nur bedingt!“

„Während die Schlaunen beraten, stürmen die Dummen die Burg!“

Redaktioneller Artikel

Intelligenz im Vertrieb

„Intelligenz schadet im Vertrieb nicht zwingend, aber sie nützt auch nur bedingt!“

„Intelligenz schadet im Vertrieb nicht zwingend, aber sie nützt auch nur bedingt!“

Letztens las ich auf Twitter folgenden Post: „Ich bin froh, dass es noch kein Internet gab, als ich noch jung und dumm war!“ Wie wahr! Heute ist in den Medien ja oft Fremdschämen angesagt, wenn sich z.B. in einer Castingshow jemand zum Deppen macht und du denkst ‚Der kriegt in diesem Land nie wieder einen Job‘, oder wenn in Social Media Networks User ihr Umfeld mit den langweiligsten und abgedroschensten Belanglosigkeiten belästigen. Wer so handelt, handelt erst und denkt bestenfalls (da)nach, aber sicherlich nicht vor(her). Positiv formuliert: ‚Dumm traut sich, schlau blockiert sich!‘

Im Vertrieb, so meine Erfahrung aus den letzten 30 Jahren, kommt es hingegen darauf an, sich nicht zu blockieren, sondern sich einfach zu trauen und loszulegen. Aktivitäten im Markt auszuführen, das ist es, worauf es ankommt. Weniger geht es um die Qualität dieser Aktionen. Bitte nicht falsch verstehen: Ich bin ein Fan davon, erst zu denken und dann zu handeln. Ich mache das selber oft!!! Aber nur denken ohne zu handeln? Die meisten Probleme entstehen doch, weil wir entweder handeln ohne zu denken oder denken ohne zu handeln. Am besten ist es, wenn beides zusammenkommt. Nur, das Problem ist: Je intelligenter der Mensch, umso höher seine Ansprüche an das, was er tun möchte und desto schwerer fällt es ihm, anzufangen.

Ein Beispiel aus der Trainerszene: Viele Trainer wissen, dass ein Expertenstatus bei der eigenen Vermarktung hilfreich und der Königsweg zum Erfolg ein Buch zum eigenen Thema ist. So überlegt also z.B. der Verkaufstrainer: ‚Was kann ich zum Thema Verkauf schreiben, was in den letzten 2000 Jahren niemand anderem in den Sinn gekommen ist?‘ Die Suche nach der Antwort kann dauern und leider wird es in diesem Leben dann oft nichts mit dem ersehnten Buch und dem gewünschten Erfolg. Im Vertrieb ist es dasselbe. Ich kann abwägen und überlegen, wie dieser oder jener Interessent auf meine Aktivitäten reagieren könnte, welche Möglichkeiten es noch gibt und morgen damit wieder von vorne beginnen. Getreu dem Motto: Lieber perfekt abwarten als unperfekt anfangen!

Letztens führte ich einen Workshop „Live-Telefonakquise“ bei einem Kunden vor Ort durch. Die Mitarbeiter, wirklich nette, intelligente Menschen, hatten alles perfekt vorbereitet, ein Dossier für jeden potentiellen Kunden angelegt - das muss Wochen gedauert haben! - aber keinen einzelnen angerufen. Also fing ich an zu telefonieren und die Mitarbeiter saßen erwartungsvoll um mich herum. Der erste potentielle Kunde bemerkte gleich, wie toll er es fände, dass ich anriefe. Er habe gerade Bedarf und es wäre klasse, wenn wir noch in dieser Woche einen Termin vereinbaren könnten. Natürlich war das reines Glück, aber wenn wir nicht angerufen hätten, hätte sich dieser Kunde womöglich der Konkurrenz zugewandt und die Verkaufschance wäre unwiederbringlich verpasst worden.

Im Vertrieb herrscht das Diktat des Handelns! Ich frage gern Verkäufer im Seminar, was denn der Unterschied zwischen ihrem Job im Verkauf und dem Job eines Feuerwehrmanns sei. Der Feuerwehrmann muss zur Aufnahme seiner beruflichen Tätigkeiten auf Impulse von außen warten. Wir finden es ja nicht lustig, wenn wir nach Hause kommen, der Feuerwehrmann gerade die Schläuche vorm Haus zusammenrollt und sagt: „Es hat zwar noch nicht gebrannt, aber das Rumsitzen und warten ist nicht so mein Ding. Ich bin eher der proaktive Typ, deshalb habe mal prophylaktisch gelöscht und in zwei bis drei Monaten ist das ja auch wieder trocken.“ Das ist ein wichtiger Unterschied: Der Verkäufer kann und sollte von sich aus handeln, und zwar sofort.

Also, denke immer daran: ‚Während die Schläuen beraten, stürmen die Dummen die Burg!‘ Es kommt im Vertrieb immer auf das TUN an. Und TUN ist ja auch eine Abkürzung, sie steht für: Tag Und Nacht. Nicht Unnötig Trödeln!

#derLÖSER für Vertriebsprobleme

Jens Löser

Copyright © - Löser Consulting/ Jens Löser*