

Die Situation des Kunden verbessern – hier muss sich alles unterordnen, auch das Ego

von Fabian Vollberg

Kurzübersicht

- o Gerade im Vertrieb geht es nicht um die eigene Person.
- o Natürlich hilft es, wenn der ganze Mensch mit all seiner Begeisterung und Leidenschaft agiert.
- o Am Ende zählt alleine das Resultat einer Zusammenarbeit für den Kunden.



Um eines gleich vorweg zu nehmen: Es geht auch im Vertrieb nicht darum das eigene „Ich“ abzustellen oder zu ignorieren oder welche Möglichkeiten einem auch einfallen mögen. Es geht darum genau zu unterscheiden, welche Facetten der eigenen Person, mit allem was dazu gehört, helfen dabei ein bestimmtes vertriebliches Ziel zu erreichen und welche schaden dabei. Die erstgenannten Facetten gilt es zu fördern und gezielt einzusetzen, die letztgenannten gilt es – wie der Titel dieser Ausgabe des Mandat Growthletters® bereits nahelegt – unterzuordnen.

Starten wir beim vertrieblichen Ziel, um unterscheiden zu können, was hilft und was schadet. Zusammengefasst ist das vertriebliche Ziel gemeinsam mit dem Kunden zu entdecken, welches Produkt/welche Leistung dieser braucht, ihn auf dem Weg zu dieser Erkenntnis idealerweise zu begleiten und zu führen und ihm zum Schluss dabei zu helfen zu kaufen – und um die Geschichte erfolgreich zu vollenden – auch die Erfüllung der gemeinsamen Vereinbarung bestmöglich sicherzustellen.

Natürlich hilft es, wenn ein Vertriebsmitarbeiter mit Leidenschaft und Feuereifer bei der Sache ist und voll Begeisterung den Weg zu diesem Ziel gestaltet. Dieses Feuer gehört auch zum eigenen Ich und hilft enorm.

Aber, machen wir uns nichts vor, nicht alle Facetten des Ego sind hilfreich. Beispielweise ist es nur allzu menschlich zeigen zu wollen, dass man der Klügste, Schnellste und Beste ist. Ebenso kann der Impuls entstehen den Vertriebsprozess aus Langeweile zu beschleunigen oder für den kurzfristigen Erfolg mit einem geschickten Winkelzug eine Zustimmung zu erreichen, die mittelfristig nicht im besten Interesse des Kunden ist. Nichts davon hilft beim gesunden profitablen

Wachstum des eigenen Unternehmens und dem des Kunden. Folgende Punkte sind ausgesprochen hilfreich, will man seine eigenen positiven Eigenschaften verstärken und die negativeren nicht zum Zuge kommen lassen:

- o Mit echtem Interesse dem Gegenüber zuhören, das Gehörte ernst nehmen und durch eine geschickte Mischung aus weiteren Fragen und eigenen Beiträgen (mit deutlich mehr Gesprächsanteil beim Kunden) die Konversation steuern.
- o Bei Fragen und eigenen Redebeiträgen das Interesse des Kunden bedenken und den einzigen Sinn, den der Vertrieb hat: Die Situation des Kunden durch die eigenen Produkte und Leistungen zu verbessern. Hilft ein Gesprächsbeitrag also dabei das gemeinsame Ziel zu erreichen oder tut er dies nicht? Dies ist der Prüfstein dafür, ob eine Frage gestellt oder ein Redebeitrag geleistet werden sollte.
- o Häufig übersehen, aber ebenfalls erfolgsentscheidend: An der Schnittstelle zum eigenen Unternehmen gilt es auch das Ego unterzuordnen. Genau an dieser Schnittstelle muss mit den eigenen Kollegen das Werk vollendet werden. Überheblichkeit, da man ja das Geschäft „mitbringt“, ist hier völlig fehl am Platz. Im Sinne des Kunden gilt es mit den Kollegen ein Verfahren zu finden, das es im Zusammenwirken ermöglicht Aufträge bestmöglich zu bearbeiten und zu erfüllen. Die offene und konstruktive Klärung der Schnittstelle zum Betrieb und eine Verbindlichkeit im Miteinander sind hierfür unabdingbar.