

Schicksalsschläge kämpfen musste, bevor sie wieder „ganz oben“ ankam. Sie können sich natürlich auch Frauen aus Ihrem Verwandten- und Bekanntenkreis zum Vorbild nehmen. Sicher kennen Sie persönlich einige Frauen, die ihren Weg gehen und nicht versuchen, es allen anderen recht zu machen. Welche Frauen kennen Sie, die Sie bewundern und sich zum Vorbild nehmen könnten? Wenn sie keine Frauen finden, an denen Sie etwas bewundern, dann mag das daran liegen, dass Sie auch mit sich selbst sehr streng sind. Machen Sie sich die Mühe und suchen sie nach tollen Frauen. Vielleicht ist die Erkenntnis sogar sehr heilsam, dass keine dieser Frauen perfekt ist und doch geachtet wird. Nutzen Sie die Chance, von Menschen zu lernen, die schon das erreicht haben, was Sie anstreben!

Jetzt kommen wir zu der wichtigsten und entscheidenden Säule. Viele Frauen haben die ersten drei Säulen in ihrem Leben schon verwirklicht und wundern sich, warum sie die Karriereleiter noch nicht weiter erklommen haben. Natürlich ist es unverzichtbar, dass Sie eine Könnlerin werden, jedoch brauchen Sie noch ein ganz entscheidendes Rüstzeug, um den gro-

ßen Durchbruch zu schaffen. Was glauben Sie, ist die wertvollste Fähigkeit, die Sie brauchen, um ihre großen Ziele zu erreichen?

4. Säule: **Das erfolgreiche Leben beginnt mit der Fähigkeit, erfolgreich zu sprechen**

Wirkungsvoll kommunizieren zu können ist ein MUSS auf unserem Weg an die Spitze. Rhetorik ist das wertvollste Werkzeug zur Erreichung Ihrer großen Ziele. Schon die alten Griechen wussten und lehrten diese Weisheit. Sie verstanden unter Rhetorik hauptsächlich die Kunst, vor einem Publikum zu sprechen, es für die eigenen Ziele zu begeistern. In der Tat ist es gerade für uns Frauen entscheidend, noch wirkungsvoller zu kommunizieren. Dazu gehört natürlich auch, zu lernen, vor einer größeren Gruppe souverän aufzutreten. Erfolgreiches Sprechen hat aber auch viel damit zu tun, auf Gespräche in kleinerem Rahmen gut vorbereitet zu sein und zielgerichtet zu sprechen. Frauen reden viel und gerne, aber sie reden vor allem deshalb, um Nähe zu ihrem Gesprächspartner herzustellen und durch das Reden ihre Gedanken zu sortieren. Sie reden weniger zielorientiert als Männer, die sich

beim Reden meistens direkt und knapp ausdrücken und hauptsächlich Dinge, Fakten und Informationen kommunizieren. Überzeugendes Sprechen lässt sich jedoch nicht anhand der Anzahl der Worte erkennen. Leider sprechen viele Menschen in entscheidenden Situationen sogar viel zu viel und viel zu schnell - sie reden sich „um Kopf und Kragen“ und das Schlimmste daran ist, dass sie es nicht einmal bemerken.

Allein wird kein Mensch erfolgreich - erfolgreich werden wir immer nur durch und mit anderen Menschen. Das überzeugende Sprechen ist daher die wichtigste Fähigkeit zur Verwirklichung unserer großen Ziele. Es ist die wichtigste Grundvoraussetzung für Erfolg überhaupt. Deshalb ist es so enorm wichtig, andere Menschen von unserem Ziel erst zu begeistern und dann zu überzeugen.

Das bedeutet: Sie sollten idealerweise bei jedem Gespräch wissen, mit welchem Ziel sie es abschließen wollen. Welches Ergebnis wollen Sie erreichen?

Die vier Säulen Des Erfolges in Kurzform

1. Überlege dir zunächst, was

innerhalb der nächsten 12 Monate dein wichtigster Wunsch ist. Formuliere deinen Wunsch schriftlich als Ziel. Unterteile dein Wunschziel in viele Teilziele.

2. Plane nun deine konkreten nächsten Schritte, um dieses Ziel zu erreichen. Vergiss nicht, in deine Überlegungen mit einzubeziehen, wer in deinem Umfeld helfen kann. Es ist immer leichter und effektiver, mit anderen Menschen zusammenzuarbeiten, anstatt immer gegen sie zu agieren. Stimme deshalb deine Pläne mit deinen Mitmenschen ab! Begeistere andere für dein Ziel und lasse dir helfen.

3. Notiere dir, was noch in diesem Monat oder dieser Woche zu tun ist, um dein Ziel greifbarer zu machen. Fällt dir etwas ein, das du schon heute dafür tun kannst? Und wie soll es morgen weitergehen?

4. Sprich mit erfolgreichen Menschen (nicht mit Versagern!) über deine Ideen und Pläne, dadurch werden sie auch für dich selbst konkreter. Vielleicht findest du sogar durch ein gutes Gespräch mit einer vertrauten Person Menschen, die dir helfen werden.

Hans Fischer:

Vertriebsleiter aufgepasst:

Das sind die 6 teuersten Irrtümer bei der Führung von Verkäufern:

1. Hohes Fixum, niedrige Variable

Ein hohes Fixgehalt macht bequem! Verkäufer müssen aber permanent hungrig sein, wenn sie in diesem harten Wettbewerbsmarkt etwas bewegen wollen.

In einer Vertriebsmannschaft muss permanent eine gesunde Bewegung sein.

Damit meine ich nicht den Personalwechsel, sondern eine kontinuierliche Leistungsentwicklung durch Forderung und Förderung. In einer produktiven Vertriebsumgebung ist es jedem Verkäufer selbstverständlich, sein Produktwissen, seine Marktkennntnisse und seine Strategie jederzeit auf den aktuellen Stand zu bringen. Stillstand ist

ein getarnter Rückwärtsgang. Gestalten Sie ein progressives Einkommenssystem. Belohnen Sie Zuwachs und Profit, nicht nur den Umsatz. Bauen Sie ein Provisionsturbo ein, der dem Verkäufer ab 101% Zielerreichung attraktive Verdienstmöglichkeiten bietet. Ein Fixgehalt darf nicht höher sein, als 30% von Jahreszieleinkommen. Ein höheres Fixgehalt ist ein zuverlässiger Dynamikkiller!

2. Verkäufer erstellt Angebote selbst

Die effektive Verkaufszeit ist in deutschen Vertriebsorganisationen ohnehin zu gering. Damit meine ich die Zeit, die ein Verkäufer netto, ohne Wartezeiten, Fahrzeiten und sonstigen Ausfallzeiten dem Kunden

gegenübersitzt. Heute machen Verkäufer alles Mögliche und das Verkaufen kommt zu kurz. Schwachleister rechtfertigen ihren Misserfolg mit dem hohen Aufwand an Administration. Aber vorrangig wegen dem Kontakt zum Kunden haben Sie den Verkäufer eingestellt. Sie bezahlen hohe Verkäufergehälter für Sachbearbeitertätigkeiten! Ein Verkäufer, der ein Angebot erstellt, minimiert seine effektive Verkaufszeit drastisch. Angebote lassen sich kostengünstiger durch Innendienstkollegen schreiben. Die direkte Kommunikation zwischen 2 Menschen lässt sich durch kein anderes Medium gleichwertig ersetzen. Entlasten Sie diesen hoch-effektiven Prozess von allen art-

fremden Tätigkeiten! Oder befohlen sie Ihre Schuhe selbst?

3. Vertrauen in die Eigenständigkeit. Verkäufer in Ruhe lassen

Der Vertriebsalltag beweist, dass nur 20% Ihrer Verkäufer mit ihrem Freiraum richtig umgehen können. Das sind die Selbstläufer, die genug Eigenmotivation und Eigenantrieb besitzen und selbstgesteckte, ehrgeizige Zielen verfolgen.

Akzeptieren Sie, dass bei allem Gerede von Selbstbestimmung und Eigenverantwortung nur wenige Menschen Vormacher sind. Die Mehrheit sind Mitläufer.

Das bedeutet, dass 70% der

Fortsetzung umseitig



Hans Fischer gehört heute zu den Top-Trainern auf dem Gebiet des anspruchsvollen Verkaufens. Seine Zielgruppe sind Unternehmen, die beratungsintensive Produkte und Dienstleistungen im harten Wettbewerbsumfeld vermarkten. Hans-Fischer Seminare wurden 1991 gegründet. Vorher war Hans Fischer zehn Jahre Verkäufer und zehn Jahre Manager. Die Leitsätze von Hans-Fischer Seminare sind:

- Der gute Verkäufer verkauft Lösungen, statt Produkte.
- Der gute Manager aktiviert die Ressourcen seiner Mitarbeiter.
- Wie ein guter Koch, holt ein guter Trainer aus durchschnittlichen Kandidaten überdurchschnittliche Leistungen heraus.

Hans-Fischer-Seminare

St. Wendelin Str. 9, 86932 Pürgen-Lengenfeld
 Telefon (0 81 96) 99 82 10Telefax (0 81 96) 99 82 12
 Internet: www.fischerseminare.de
 E-Mail: hans.fischer@fischerseminare.de

Verkäufer immer im Auge behalten werden müssen, bis zum Rentenalter. Sie sind nach einer Ansprache durchaus in der Lage, eine Zeit lang eigeninitiativ zu arbeiten. Allerdings nur eine Zeit lang. Dann müssen sie wieder neu motiviert werden. Sie verweilen gerne in ihrer Komfortzone und verlassen sie nur, wenn sie dazu angespornt werden.

10% der Mitarbeiter sind nicht in der Lage, sich eigenverantwortlich zu steuern. Von diesen Verkäufern dürfen Sie sich trennen.

4. Erfahrene erhalten den Vortzug bei Neueinstellungen

Wenn Sie hauptsächlich erfah-

rene Verkäufer einstellen, dann ist die Wahrscheinlichkeit sehr hoch, dass in Ihrer Mannschaft die Durchschnittsleister dominieren. Warum wechselt ein Verkäufer das Unternehmen, um in einem anderen genau das gleiche zu machen? Ohne sich positionell zu verbessern? Verdient er deutlich mehr?

Die Praxis zeigt, dass gute Leute nur wechseln, wenn sie sich positionell und perspektivisch weiterentwickeln können. Das Geld alleine ist kein Anlass, weil die Verkäuferegehälter innerhalb einer Branche nahe beieinander liegen.

Der Durchschnittsmann, mit einigen Jahren Branchenerfah-

rung wird auch in seinem neuen Unternehmen ein Durchschnittsmann sein.

Haben Sie den Mut für Seiteneinsteiger. Damit halten Sie sich die Chance offen, einen Top-Mann zu entwickeln. Bei der Einstellung von Verkäufern sind die persönlichen Eigenschaften das K.O.Kriterium. Das Fachliche lernt ein guter Mann sehr schnell.

5. Keine regelmäßige Beurteilung

Ein Verkäufer benötigt permanent Feedback. Das ist wie Treibstoff für seinen Leistungsmotor. Der gute Vorgesetzte lässt durch eine kontinuierliche und offene Kommunikation den Verkäufer jederzeit wissen, wo er steht. Und wo er stehen sollte.

Zwei mal im Jahr sollte ein Beurteilungsgespräch stattfinden und mit gemeinsam beschlossenen Zielen abgerundet werden. Eine penible Vorbereitung und sorgfältige Dokumentation ist erforderlich.

Wie ein Beurteilungskonzept aussehen kann, können Sie aus meiner Broschüre Verkäufer-Leistungs-Beurteilung entnehmen. Ein praktikables Beurteilungskonzept auf die Beine zu stellen, ist ein einfacher, weil logischer Vorgang. Das gilt natürlich nur, wenn Sie keine Theoretiker und vom Zertifizierungswahn angefressenen Stabs abteilungsmitarbeiter ins Boot holen.

6. Trainerauswahl durch Personalentwickler oder Personalreferenten

Die Auswahl der passenden Trainer kann nur Chefsache sein. Immerhin geht es um viel Geld! Ein guter Trainer ist teuer (billige Trainer taugen nichts) und Sie müssen die Sicherheit haben, den passenden Partner für Ihre Mitarbeiter zu finden. Mit der falschen Wahl können Sie erheblichen Schaden anrichten. Das Resultat ist dann, dass Ihre Mitarbeiter nichts lernen und für die Zukunft Trainingsmaßnahmen gegenüber ablehnend sind.

Die Auswahl des Trainers ist also Aufgabe des Geschäftsführers, im Teamwork mit seinem Vertriebsleiter. Die wenigsten Personalleiter sind qualifiziert genug, um zu beurteilen, wie ein guter Trainer zu Ihrem Unternehmen passt. Das kann also auch bedeuten, dass ein Trainer nicht passt, obwohl er gut ist.

Bei den Mitarbeiter in der Personalentwicklung ist dieses Risiko noch größer. Hier tummeln sich gerne Leute, die Psychologie oder Sozialpädagogik studiert haben und in der freien Wirtschaft gelandet sind.

Die Gefahr ist real, dass der Praxisbezug dieser Zielgruppe, was vor allem den Vertrieb betrifft, sehr dünn ist. Das ist wie eine Weinberatung durch einen Abstinenzler.

DDV-Information

Erste Wahlrunde in den DDV-Councils beendet

Wahljahr im Deutschen Dialogmarketing Verband DDV:

Nach den Wahlen des Präsidiums, die im April auf der Mitgliederversammlung stattfanden, stehen in diesem Jahr auch die Wahlen

der Councilvorsitzenden, die den DDV-Vorstand bilden, auf dem Programm. In acht von neun Councils des DDV ist die Entscheidung bereits gefallen.

Im **Council Customer Relationship Management** wurden nicht nur die Vorsitzenden, sondern auch die Mitglieder des Boards gewählt. Georg Blum, CommunDia GmbH, bleibt als Vorsitzender des Councils im Amt. Neuer Vize ist Martin

Oesterer, S AS Institute GmbH. Neue Mitglieder des Boards sind Jan Gottschalk, DPV Direct GmbH, Manfred Huber, Burda Direct GmbH, Marc Kienitz, Kaufhof Warenhaus AG.

Im **Council Direct Sales & Relations** wurden Michael Faulenbach, friends direct GmbH, und Thorsten Meyer, people2people GmbH, in ihren Ämtern bestätigt. Die Wahlen zum Kontrollorgan des Councils ergaben folgendes Ergebnis: Zum Vorsitzenden wurde Jan Höppner, One Direct GmbH, gewählt, als Beisitzer wurden Gisbert Komlóssy, intan media-be-

Fortsetzung umseitig