

Wie Sie Mitarbeiter mit Potenzial erkennen



HANS FISCHER

Verkaufstrainer,
Hans-Fischer-Seminare,
Pürgen-Lengenfeld
www.fischerseminare.de

Auf den ersten Blick lassen sich nur wenige Unterschiede zwischen Topverkäufern und dem Durchschnitt erkennen, denn auch durchschnittliche Verkäufer machen vieles richtig und verstehen es, sich gut zu präsentieren. Ein Manager, der über Vertriebs Erfahrung verfügt, tappt dabei ganz schnell in die Falle, indem er Mitarbeiter fördert, die nicht förderungswürdig sind. Gerade bei Verkäufern wird gerne Eloquenz mit Kompetenz verwechselt. Auf der anderen Seite werden Leistungsträger nicht erkannt, weil sie nicht in das idealisierte Wunschbild der Vorgesetzten passen. Sie sind nicht pflegeleicht und lassen bei der Teamfähigkeit einiges vermissen. Aber sie bringen jedes Jahr zuverlässig über 100 Prozent! Das Resultat aus dem „Milchmädchenglauben“ wie ein Verkäufer sein muss ist, dass jedes Jahr hochkarätige Verkäufer ihren Arbeitgeber wechseln, weil sie zwar gutes Geld verdienen, sich aber im Unternehmen nicht anerkannt fühlen.

Spitzenverkäufer sind Menschen mit Ecken und Kanten, die über eine starke, eigenwillige Persönlichkeit verfügen. Vor allem aber verfügen sie über Zähigkeit und den Willen zum Erfolg. Sie sind mit den unterschiedlichsten Verhaltensweisen und Begabungen erfolgreich. Diese Begabungen sind aber nicht unbedingt die, die der wenig kundige Manager oder Personalentwickler für erfolgsentscheidend hält. Also trennen Sie sich von den gängigen Meinungen, welche Eigenschaften angeblich einen guten Verkäufer ausmachen. Erfolgreiche Verkäufer sind stolz auf ihre Unverwechselbarkeit und wollen nicht jedem unbedingt gefallen. Sie sind durch ihren Erfolg so selbstbewusst, dass sie zu ihren Ecken und Kanten stehen.

Verkäufer, die bei allen beliebt und pflegeleicht sind, sind selten erfolgreich. Die eloquente, umgängliche Person, die von ihren Kunden und Kollegen gemocht wird, gehört selten zu den wirklichen Leistungsträgern. Starke Verkäufer sind für den

Kunden und Vorgesetzten oft unbequem. Sie können sehr fordernd, hartnäckig, fintenreich und stur sein, wenn sie Ihre Ziele verfolgen. Dabei verstehen sie es aber, immer einen gewissen Charme und ein gewinnendes Wesen zu zeigen, wenn sie etwas wollen. Während der Kunde den Durchschnittverkäufer mit einfachen Einwänden schnell los wird, weiß er, dass er sich bei dem Spitzenmann anstrengen muss, denn dieser wird gerade dann sehr konzentriert und einfallreich, wenn er auf Widerstand trifft.

Der gute Verkäufer handelt nach der Devise: Das Verkaufen beginnt dann, wenn der Kunde NEIN gesagt hat! Die besten Verkäufer sind nicht selten Egoisten und weniger Teamplayer. Dagegen können sich die durchschnittlichen Kollegen meist gut in das Teamgefüge einpassen. Die Spitzenverkäufer sind aber sehr geschickt, wenn sie ihr Umfeld für ihre Ideen und Ziele gewinnen wollen. Sie schaffen es, andere für sich und ihre Ideen zu begeistern. Trotzdem müssen Sie als Verkaufsleiter aus solchen Verkäufertypen ein Team formen und Teamplaying einfordern. Denn sonst haben Sie das Problem, dass sich Ihr Leistungsträger wie eine Primadonna nur nach seinen eigenen Regeln bewegt.

Ein starker Verkäufer ist Anwalt seines Unternehmens und weniger Anwalt seiner Kunden. Das klingt zunächst nicht sehr kundenorientiert. Er konzentriert sich darauf, mit den aktuell vorhandenen Produkten und Möglichkeiten das Optimum zu erreichen. Das, was ihm sein Unternehmen zur Verfügung stellt, mit allen Stärken und Schwächen im Angebotsspektrum, ist das, was für ihn zählt. Er verschwendet keine Aktivität und Energie mit Problemen, die er aus eigener Kraft nicht lösen kann, sondern fokussiert sich auf die Dinge, die er direkt beeinflussen kann. Die schwächeren Kollegen können schon mal vor lauter Kundenorientiertheit und Weiterleitung von schwer erfüllbaren Kundenwünschen das Verkaufen vergessen. «