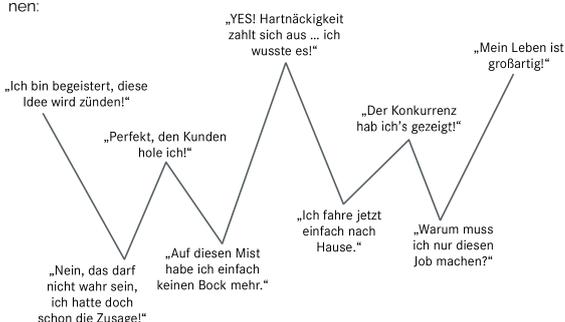


DIE VERTRIEBS-ACHTERBAHN: DEM EINEN WIRD SCHLECHT, DER ANDERE HAT FREUDE

Wer Achterbahn-Feeling erleben möchte, der benötigt dazu keinen Freizeitpark. Das emotionale Auf und Ab kennt jeder, der im Vertrieb arbeitet, nur zu gut. Die Erfolgreichsten bei diesem Husarenritt sind diejenigen, die nach dem Prinzip handeln: „Das eigene Ziel muss stärker aktivieren als 1.000 Niederlagen demotivieren.“ Die notwendigen Voraussetzungen dazu? Ein fester Wille, ein brennendes Verlangen und Ausdauer.



Desaster oder Champagnerclub?
Orientieren wir uns an der Engagement-Index-Studie des Gallup Instituts aus dem Jahr 2018, so brennen ca. 85 Prozent der Angestellten in Deutschland nicht für ihren Job. Auch wenn wir vermuten dürfen, dass die Quote bei Selbstständigen etwas geringer ausfällt, bleibt auch dort festzustellen: Der innere Antrieb entscheidet über Erfolg, Mittelmaß oder das berufliche Desaster. Menschen, die im Vertrieb arbeiten, müssen mit folgender emotionaler Berg- und Talfahrt gut umgehen können:



Diejenigen im Vertrieb, die in der Lage sind, Erfolge auszukosten und zugleich zügig aus Motivationstälern wieder emporzuklettern, zählen zum Champagner-Club. Ich schätze, dass lediglich fünf Prozent der im Vertrieb tätigen Menschen sich zu dieser Gruppe zählen können. „Mund abwischen, weitermachen!“ lautet die Devise. Das gelingt allerdings nur, wenn sowohl für das Privat- als auch für das Berufsleben ein stabiles Fundament in Form von klaren Leitbildern und Plänen vorliegt.

Erst der Lebensplan – dann die Vertriebsstrategie

Bevor Sie eine Vertriebsstrategie erarbeiten, sollten Sie sich über Ihren eigenen Lebensplan im Klaren sein. Dieser Ansatz mag Ihnen ungewöhnlich vorkommen; richtig ist allerdings, dass er sich durch wirkungsvollen Pragmatismus auszeichnet. Denn er bietet Ihnen ein klares Fundament für Ihre „Rollen“ im Leben (Elternrolle, Ehepartner, Hobby, Freunde etc.) sowie ein motivierend-aktivierendes Leitbild, das zeigt, wie Ihr Leben

bezüglich der jeweiligen Rolle in, sagen wir, fünf Jahren aussehen soll. Menschen werden nicht durch nackte Zahlen aktiviert, sondern durch das, was sie in den jeweiligen Rollen für sich erreichen möchten. Den Wen-

igsten unter uns sind diese Aspekte in den jeweiligen Lebensrollen allerdings klar. Die wissenschaftliche Grundlage zu diesem Konstrukt ist der transkulturelle Ansatz des deutschen Neurologen, Psychiaters und Psychotherapeuten Nossrat Peseschkian. Er beschreibt, dass es möglich ist, die eigene Lebensqualität, die körperliche und geistige Gesundheit und damit auch das wahrgenommene Glücksempfinden zu steigern, indem wir in den folgenden vier Bereichen ein Gleichgewicht herstellen:

- **Körper/Sinne:** Wie Sie Ihren Körper gesund und fit halten und Ihre Sinne schärfen.
- **Leistung/Beruf:** Wie Sie im Beruf smarter arbeiten und bei demselben Zeitaufwand dasselbe Ergebnis erzielen.
- **Kontakte/Partnerschaft:** Im Privaten eine erfüllende Partnerschaft und freudeschaffende Kontakte pflegen.
- **Sinn/Zukunft:** Das „Warum“ zu kennen. Warum machen Sie das, was Sie gern tun? Und warum lohnt es

Leitbilder mit SMARTS-Zielen verknüpfen

Die Leitbilder kreieren Sie am besten, indem Sie das Modell des „Expressiven Schreibens“ anwenden. Dieses besagt, dass Sie sich für jede Rolle/ jedes Leitbild 20 Minuten Zeit nehmen und ungeniert drauflos schreiben, was für Sie die bestmögliche Variante Ihres Lebens in dieser Rolle in den betreffenden Jahren wäre.

Auf Basis dieser Leitbilder definieren Sie messbare Ziele nach dem SMARTS-Prinzip (Spezifisch, Messbar, Attraktiv, Realistisch, Terminiert, Schriftlich). Aus diesen Zielen wiederum ergeben sich Maßnahmen, die Sie in Ihrer Wochenübersicht eintragen und sukzessive umsetzen. Damit Sie auch unliebsame Aufgaben umsetzen, nutzen Sie das Prinzip der „Vertriebskraftkette“. Dieses Prinzip verdeutlicht, warum unliebsame Aufgaben sinnvoll sind. Sie verbindet die unliebsame Aufgabe mit dem daraus resultierenden Nutzen und dem damit verbundenen Ziel, welches erreicht werden soll. Menschen lassen sich nur äußerst bedingt extern motivieren. Jeder, der schon einmal versucht hat, mit komplexen Provisionsberechnungen Verkäufer nachhaltig und langfristig für ein Ziel zu gewinnen, weiß das. Das ist der Grund, warum sich cle-

vere Führungskräfte darüber Gedanken machen, wie sie ihren Verkäufern Hilfestellung leisten können, um ein erfüllteres Leben zu führen. Kombinieren Sie dies nun mit dem gezielten Einsatz Ihrer Stärken und den Stärken Ihrer Mitarbeiter, dann nutzen Sie ein äußerst wirksames Konglomerat aus Methoden, um Menschen wahrhaft zu aktivieren. Ein wirksames Hilfsmittel, um die eigenen und die Stärken der Mitarbeiter wissenschaftlich fundiert zu eruieren, ist der kostenlose Online-Test der Universität Zürich (www.charakterstaerken.org). Dort wählen Sie den sogenannten „Values in Action“-Test und finden heraus, was die wahren Stärken sind (von Ihnen und von Ihren Mitarbeitern), um diese zukünftig noch zielgerichteter einzusetzen.

Fester Wille, brennendes Verlangen und Ausdauer

Dabei geht es nicht darum, ein weiteres „CHAKKA“-Mantra im Vertrieb zu entwickeln, sondern darum, ein ständiges Verlangen zu entfachen, Ziele zu erreichen. Wer mich kennt, weiß, dass ich Mitglied der Freiwilligen Feuerwehr bin und analysiert habe, wie sich die Leidenschaft von Feuerwehrleuten, die für ihren Job entweder nur sehr wenig oder gar



BUCHTIPP:

Feuer und Flamme für den Vertrieb

So entwickeln Sie Ziele, für die Ihr Team brennt
 Verlag: Springer Gabler
 200 Seiten • 29,98 Euro
 ISBN: 978-3-658-26525-0

kein Geld bekommen, auf den Vertrieb übertragen lässt. Die Kurzversion lautet: Sie wissen, warum sie das tun, was sie tun, und welche Werte, Wünsche und Ziele sie bei und mit ihrer Tätigkeit erfüllen bzw. erreichen wollen.



VITA

Stephan Kober

Der mehrfach ausgezeichnete Vertragsredner, Autor und Trainer ist gefragtster Experte für den B2B-Vertrieb. Seine Kunden sind Kongressveranstalter, Mittelständler, Weltmarktführer sowie TecDAX-Unternehmen. In seiner Freizeit rettet er Katzen vom Baum, fegt Straßen beim Entfernen von Ölschichten und so manches Mal hilft er Menschen in brenzligen Situationen: Er ist auf der Position des „Angriffstruppführers“ bei der Freiwilligen Feuerwehr aktiv. Das spüren seine Zuhörer und Leser: Was er ehrenamtlich löscht, entfacht er auf der Bühne und im Vertrieb: Feuer!

www.koberaktiviert.de