Ich glaube an Euch!

Warum vier Worte die Vertriebskraft aktivieren.

© Stephan Kober

Stephan Kober

ist Vertriebstrainer, Speaker und Buchautor. Bei Springer ist sein neues Buch „Umsatz kommt von Umsetzen“ erschienen. Springer-Professional-Interview mit Stephan Kober unter https://go.sn.pub/eRi9Xe
E-Mail: sk@koberaktiviert.de.

Der Alarmmeldung entnimmt der Löschzugführer: „Wohnungsbrand, Mehrfamilienhaus, Menschen in Gefahr.“ Mit Blaulicht und Martinhorn rückt die Feuerwehr zum Einsatzort an. Schon auf der Anfahrt überlegt sich der Löschzugführer: „Das wird eng. Wir müssen schnell sein. Ich habe zwar so manchen Tölpel auf dem Löschfahrzeug, aber es nützt ja nichts, vielleicht schaffen wir das irgendwie.“

Glauben Sie, dass auch nur ein Feuerwehr-Löschzugführer im Einsatz so über seine Mannschaft denkt? Nein! Und glauben Sie mir, als aktiver Angriffstruppführer bei der Freiwilligen Feuerwehr weiß ich, wovon ich spreche. Der Zugführer steht hinter seiner Mannschaft und diese hinter ihm. Dadurch unterhalten wir in Deutschland anerkanntermaßen eines der besten Rettungssysteme weltweit.

Im Vertrieb gilt das Gleiche: Steht der Chef hinter seiner Mannschaft, bringt diese mehr Leistung. Bestätigt wurde dieser Effekt durch den sogenannten Pygmalion-Effekt: Ist die Haltung des Anführers einer Gruppe positiv, wird sie höhere Leistung erbringen. Das Gegenteil ist ebenso korrekt. Misstraut der Chef der Mannschaft und bringt dies durch überbordende Berichte, Genehmigungsverfahren und weitere Kontrollinstanzen zum Ausdruck, sollte sich niemand wundern, dass die Mannschaft hinsichtlich derartig viel Argwohn das Unternehmen nicht gerade mit voller Inbrunst nach außen vertritt. Sie wird viel eher versuchen, die Kontrollen zu umgehen.

> *„Es gibt die vertrieblichen Dünnbrettbohrer und hauptamtlichen Bedenkenträger.“*

Ich weiß, dass der Großteil der Vertriebsmitarbeiter eine grandiose Leistung erbringt – aber wo Licht ist, ist auch Schatten. Es gibt die vertrieblichen Dünnbrettbohrer und hauptamtlichen Bedenkenträger. Verkäuferische Kompetenzfreiheit begleitet diese vertrieblichen Evolutionsbremsen wie Motten das Licht. Für sie werden diese Kontrollen eingerichtet. Doch diejenigen, die glauben, dass es sinnvoll sei mit den Kontrollinstanzen, die für die wenigen Aufwandsoptimierer gedacht sind, auch alle Tüchtigen zu vergraulen, glauben auch, dass Windbeutel etwas mit erneuerbaren Energien zu tun haben.

Jeder gute Vertriebschef kennt seine Mannschaft. Er muss zügig entscheiden, ob das Problem

- im Befugnismangel (er darf nicht),
- in Unterforderung (er langweilt sich),
- in Kompetenzmangel (er weiß es nicht),
- in Überforderung (er kann es prinzipiell nicht) oder
- in der Haltung (er will es nicht)

begründet ist und entsprechend zügig handeln. Sonst überträgt sich diese Lethargie auch schnell auf die Leistungsträger. Getreu dem Motto: Die besten Vertriebler gehen, wenn der Chef schlecht ist. Die schlechten Verkäufer gehen, wenn der Chef gut ist.

Bezüglich der Top-Performer aber steht folgende Haltung an erster Stelle: Ich glaube an Euch. Ich glaube daran, dass Ihr die Richtigen seid, damit wir vertrieblich die Nummer eins im Markt sind – und das gilt es auch, klar und unmissverständlich zum Ausdruck zu bringen.

Ist der Vertriebschef davon überzeugt, mit dem richtigen Team zu arbeiten, dann überträgt sich diese Art zu denken auf die Art und Weise, wie er mit dem Team kommuniziert. Diese Art der Kommunikation signalisiert dem Team, dass der Chef hinter ihm steht. Das wiederum sorgt für selbstbewusstes Auftreten beim Kunden vor Ort und virtuell und steigert so Umsatz und Anzahl durchgesetzter Preise. ■