

Praxis-Tipps für Führungskräfte und Mitarbeiter im Verkauf - von Jürgen Florack



Entschuldigungen nicht erlaubt!

Wie viele Unternehmen erreichen ihre Verkaufsziele? Wie hoch ist der Anteil der Verkäufer, die ihre Jahresziele erfüllen?

Zu dieser spannenden Frage hat eine Umfrage des US-Beratungsunternehmens Bridge Group unter 266 Führungskräften Zahlen ermittelt: Danach schaffen es nur rund 67 Prozent aller Verkäufer, die gesteckten Jahresziele zu erreichen. 33 Prozent – ein ganzes Drittel – jedoch scheitern!

Ich weiß nicht, ob die Zahlen eins zu eins auf Deutschland übertragbar sind. Möglicherweise sind Amerikaner forscher und setzen die Ziele mit Kalkül zu hoch an. Vielleicht sind wir hier vernünftiger und arbeiten mit realistischeren Zielen.

Fest steht: Auch wenn weniger als ein Drittel regelmäßig scheitert, ist noch viel Luft nach oben. Solange nicht alle Mitarbeiter an ihre Ziele kommen, gibt es noch viel Potenzial zu heben.

Wie sehen die Zahlen bei Ihnen aus? Wie viele Ihrer Mitarbeiter haben die Ziele 2019 erfüllt? Und wie viele im gerade abgeschlossenen Jahr 2020? Wenn Sie nicht zu den wenigen Unternehmen gehören, die von der Corona-Krise profitieren, ist die Erfolgsquote im Jahr der Pandemie mit ziemlicher Sicherheit nicht besser geworden.

Jetzt startet das Jahr 2021 weiter unter den extrem herausfordernden Bedingungen. Dabei gibt es nur eine einzige Sicherheit: Dieses Jahr wird viele Entschuldigungen liefern, warum Ziele nicht erreichbar sind. Wie wohl kaum ein Jahr zuvor wird es sogar sehr gute und nachvollziehbare Entschuldigungen für das Scheitern auf dem silbernen Tablett servieren. Und das kann schnell gefährlicher für die Ziele werden als die realen Herausforderungen. Beschäftigen Sie sich mit dem Thema jetzt! Die folgenden Seiten sind ein Startpunkt.

Ihr

Jürgen Florack

Den Titelbeitrag können Sie auch als
Audio-Datei zum Hören herunterladen:

<https://florack.intem.de/coaching-brief/leser-service.php>

Inhalt

- Jetzt darauf vorbereiten:
Fünf Hürden, die Ihre Ziele 2021
in Gefahr bringen
- Hände hoch! Wie Sie im
Video-Call Nähe schaffen und
Beziehungen aufbauen
- Drei Trends im Verkauf 2021:
Was entscheidet jetzt wirklich
über Erfolg oder Misserfolg?

Kontakt:

Jürgen Florack
Eichenstr. 166 • 41238 Mönchengladbach
Tel. +49 2166 - 67 67 55
Mobil +49 151 - 223 177 12
<https://govend.de>
j.florack@govend.de



Jetzt darauf vorbereiten: Fünf Hürden, die Ihre Ziele 2021 in Gefahr bringen

Hürde 1: Fehlende Perspektive

„Auf Sicht fahren!“ – Das ist eine der Parolen in der Pandemie, die schon beinahe zur Worthülse geworden ist. Auf Sicht zu fahren heißt auch: Es gibt keine Perspektive. Und im Zweifel keinen Plan.

Genau das sind jedoch die beiden entscheidenden Faktoren für Motivation und Einsatz. Nur wenn es eine Perspektive gibt und ein Weg erkennbar ist, sind Mitarbeiter dazu bereit, in der anhaltend schwierigen Phase 100 Prozent zu geben.

Das macht schon ein Blick auf die deutschen Corona-Maßnahmen deutlich. Die Menschen sind bereit, viele Einschränkungen mitzutragen und große Anstrengungen auf sich zu nehmen. Wenn aber eine Perspektive fehlt, lässt diese Bereitschaft sehr schnell nach.

Anregung: Planen Sie nicht nur die Ziele für 2021. Entwerfen Sie jetzt – wenn noch nicht geschehen – einen Dreijahresplan für Ihr Unternehmen oder Ihr Team:

- Wo wollen Sie in drei Jahren stehen?
- Welche Ziele wollen Sie in den nächsten drei Jahren erreichen? Vielleicht die Verkaufszahlen verdoppeln? Oder Marktführer in Ihrer Nische werden? Einen bestimmten großen Kunden gewinnen?

Denken Sie über die Krise hinaus. Ihre größere Perspektive kann für Ihre Mitarbeiter zum entscheidenden Rückenwind auf dem Weg zur Zielerreichung unter harten Bedingungen werden.

Hürde 2: Zu langes Abwarten

Viele Verkaufsteams sind weiter in Wartestellung: seit Monaten bereit für die Rückkehr zur Normalität mit Kundenbesuchen, mit Live-Präsentationen, mit Messen und der großen Offensive, wenn endlich wieder alles anrollt. Doch die Rückkehr zur Normalität wird mit unerbittlicher Regelmäßigkeit verschoben. Im Sommer 2020 gab es kurz Hoffnung, im Herbst kam die zweite Welle, dann sollte es im Januar 2021 wieder starten, jetzt ist alles auf März oder April verschoben.

Wer weiter ausharrt, baut eine unüberwindbare Hürde auf. Denn falls es eine Rückkehr zur Normalität geben sollte – und daran zweifeln viele –, ist das Jahr vorbei und jedes Ziel außerhalb der Reichweite.

Anregung: Kalkulieren Sie eine Rückkehr zur Normalität nicht mehr in Ihre Zielplanung 2021 ein! Die Hoffnung darauf führt jetzt zum Ausharren und zum Stillstand. Wenn noch nicht geschehen: Planen Sie Ihre Ziele und Verkaufsmaßnahmen unter den neuen Bedingungen. Starten Sie spätestens jetzt mit Energie in die Digitalisierung und den Verkauf auf Distanz.

Extra-Tipp:

Überprüfen Sie Ihre Zielplanung 2021 noch einmal. Könnten die individuellen Ziele Ihrer Mitarbeiter zu wachstümlich, zu vorsichtig, zu klein oder kurzfristig sein? Wer als Führungskraft nur kleine und kurzfristige Ziele vorgibt, kann von seinen Mitarbeitern keine großen und mutigen Anstrengungen erwarten.



Extra-Tipp:

Bei der Arbeit auf Distanz oder im Homeoffice ist Teamarbeit besonders wichtig und wertvoll. Stellen Sie jedem Mitglied Ihres Teams einen Zielpartner an die Seite – das können Sie selbst als Führungskraft sein oder ein anderer Mitarbeiter, zu dem ein gutes Vertrauensverhältnis besteht. Jeder trifft sich dann einmal pro Woche mit seinem Zielpartner, um den aktuellen Stand und nötige Aktivitäten offen zu besprechen.

Hürde 3: Zu wenig Leads in der Pipeline

Nüchtern betrachtet, haben die Kontaktbeschränkungen auch eine Folge, die gar nicht so negativ ist: Sie und Ihre Mitarbeiter haben mehr Zeit für den Verkauf.

Vor Corona war jedes Verkaufsgespräch, jede Präsentation, jedes Meeting mit einer mehr oder weniger langen An- und Abreise verbunden. Die Zeit im Auto, in der Bahn oder im Flugzeug summierte sich zu vielen Stunden, die jetzt aktiv für den Verkauf genutzt werden können.

Ihre Mitarbeiter können bei gleichem Zeitaufwand mehr Interessenten ansprechen und mehr Kunden betreuen als in der Vor-Corona-Zeit, die mit vielen zeitfressenden Reisen angefüllt war.

Das heißt auch: Der konstante Zufluss neuer Leads wird noch wichtiger als ohnehin schon. Ein Mangel an möglichen neuen Interessenten kann zu Leerlauf führen und damit ein bedrohlicher Engpass werden.

Anregung: Setzen Sie bei der Leadgenerierung und Qualifizierung von Adressen einen Schwerpunkt mit höchster Priorität. Ausreichend Adressen in der Pipeline zu haben, kann zum entscheidenden Erfolgsfaktor werden. Testen Sie – in Zusammenarbeit mit dem Marketing – neue Wege, um mehr Leads zu gewinnen und neue Quellen aufzutun.

Hürde 4: Fehlendes Wiederaufbau-Programm

Der Verkauf ist schon in normalen Zeiten ein Wechselbad der Gefühle. Große und erfüllende Erfolge gehören ebenso dazu wie Niederlagen. Misserfolge und Abweisungen sind schlicht und einfach unvermeidbar. Unter den aktuellen Bedingungen gilt das in verschärftem Maße, weil interessante Kunden und Interessenten jederzeit wegbrechen können, auch wenn Ihre Mitarbeiter alles richtig machen. Und wenn das mehrmals hintereinander passiert, kann schnell eine emotionale Abwärtsspirale in Gang kommen.

Anregung: Schaffen Sie ein Wiederaufbau-Programm für Ihre Mitarbeiter, die von Rückschlägen betroffen sind. Begleiten Sie Ihre Mitarbeiter enger, wenn sie Misserfolge hatten. Ihre Aufgabe als Führungskraft ist es, in diesem Moment an die Erfolge zu erinnern und klarzumachen, dass Misserfolge zum Geschäftsmodell gehören. Auch ein gezieltes Resilienz-Training ist Anfang 2021 mit Sicherheit eine gute Idee.

Hürde 5: Entschuldigungen

2021 kann das Jahr der Entschuldigungen werden. Es wird wahrscheinlich so viel berechtigte Gründe für das Scheitern geben wie niemals zuvor: die schwierige Lage der Kunden, die Kontaktbeschränkungen, die Konkurrenten, die aggressiv die Preise gesenkt haben, die allgemeine Unsicherheit ... Bestimmt fallen Ihnen sofort noch einige weitere Entschuldigungen ein, die jetzt schon erklären, warum die Ziele 2021 nicht erreicht werden können.

Anregung: Suchen Sie jetzt gemeinsam mit Ihren Mitarbeitern nach diesen möglichen Entschuldigungen.

Identifizieren Sie auf diese Weise Ihre größten Hindernisse und erstellen Sie dann Strategien und einen Aktionsplan, um jedes Hindernis zu überwinden. Wenn Sie dann auf diese Hindernisse stoßen, werden Ihre Mitarbeiter eher bereit sein, sie ohne Ausreden anzugehen.

Seit fast einem Jahr finden Verkauf und Beratung überwiegend auf Distanz statt. Doch was haben wir gelernt? Welche Erkenntnisse gibt es zum Beziehungsaufbau am Bildschirm? Hier sind zwei wichtige Verhaltensweisen, mit denen Sie im Video-Call mehr Nähe zum Kunden schaffen.

Hände hoch! Wie Sie im Video-Call Nähe schaffen und Beziehungen aufbauen

Hände hoch!

Die Gesichtsmaske zeigt uns im Alltag überdeutlich, wie wichtig non-verbale Kommunikation ist. Wenn die untere Gesichtshälfte fehlt, können wir die Aussagen unserer Gesprächspartner zwar akustisch verstehen, aber nur schwer einordnen. Wie etwas gemeint ist, bleibt oft hinter der Maske verborgen. Etwas Ähnliches passiert bei Video-Calls und -Konferenzen auch ohne Maske:

Wir sehen vom Gesprächspartner nur das Gesicht und vielleicht noch die Schultern und ein Stück vom Oberkörper. Was sich nur wenige bewusst machen: Gerade die Hände spielen eine enorm wichtige Rolle in der nonverbalen Kommunikation und damit im Beziehungsaufbau. Wenn Ihr Gesprächspartner sehen kann, wie Sie Ihre Arme und Hände halten, wenn er Ihre Gesten wahrnimmt, bekommt er ein wichtiges Mehr an nonverbaler Information, die in der Kommunikation

per Video so schmerzlich vermisst wird. Einfach ausgedrückt: Ihr Gesprächspartner baut schneller Vertrauen auf, wenn er sieht, was Sie mit Ihren Händen machen.

Tip: Bauen Sie Ihr Set-up für Video-Calls und -Konferenzen um. Stellen Sie die Kamera etwas weiter entfernt, damit Ihr Oberkörper und die Hände sichtbar sind. Das Bild links zeigt auf dem Laptop-Bildschirm ein gutes Beispiel für die richtige Wahl des Bildausschnitts.

Zeigen Sie mehr!

Viele tendieren dazu, für den Video-Call oder die Konferenz einen möglichst neutralen und aufgeräumten Hintergrund zu suchen. Immer wieder sind auch künstliche Hintergründe zu sehen, die von Video-Apps in immer besserer Qualität hinter den Sprecher gesetzt werden können.

Meine Empfehlung: Verzichten Sie auf solche sterilen Hintergründe!

Im Video-Gespräch fehlt schon die physische Präsenz, es fehlen so viele nonverbale Signale, es fehlt der Handschlag und einiges mehr, was für den positiven ersten Eindruck und für Sympathie sorgen kann. Wer sich dann noch vor einem möglichst sterilen Hintergrund präsentiert, raubt dem Gesprächspartner weitere Chancen, sich irgendwie mit der entfernten Person auf dem Bildschirm zu identifizieren. Der Beziehungsaufbau unter Video-Bedingungen ist schon schwer genug. Sterilität macht ihn noch schwerer.

Tip: Zeigen Sie sich Ihren Kunden und Geschäftspartnern in einer Umgebung, die Anknüpfungspunkte bietet und die etwas mit Ihrer Person zu tun hat. Gegenstände auf dem Schreibtisch, Bilder im Hintergrund, eine besondere Umgebung, in der Sie sich wohlfühlen – all das können Anlässe für den schmerzhaft vermissten Small Talk und den Beziehungsaufbau sein, ohne den der Verkauf nicht funktioniert.



Mein Extra-Service:

Verkauf, Beratung und Präsentation per Video sind auch bei Ihnen Themen, die immer wichtiger werden? Dann nutzen Sie meinen Extra-Service und fordern Sie die Checkliste mit zahlreichen Tipps für wirksamere Video-Calls und -Konferenzen an – siehe Seite 6.

Drei Trends im Verkauf 2021: Was entscheidet jetzt wirklich über Erfolg?

Trend 1: Teams lösen die Komplexität

Die andauernde Krise macht Verkaufsprozesse komplexer. Sie brauchen gute Recherche und Marktforschung, um potenzielle Kunden zu verstehen. Sie brauchen noch dringender als sonst einen konstanten Strom an qualifizierten Leads. Sie brauchen gute Technik und Ideen, damit Sie auch im Lockdown sichtbar bleiben und mit Ihren Kunden Kontakt halten können ... Die Liste ließe sich noch weiter fortführen.

Das zeigt: Ihre Mitarbeiter im Verkauf haben als Einzelkämpfer immer weniger Chancen. Teams, in denen die zahlreichen und immer komplexer werdenden Aufgaben nach Talent und individuellen Fähigkeiten verteilt sind, können die Herausforderungen besser bewältigen. Ihre Aufgabe als Führungskraft ist es, diese Teams zusammenzustellen und so zusammenwachsen zu lassen, dass sie möglichst schlagkräftig arbeiten.

Trend 2: Empathie ist der Schlüssel

Empathie war schon immer wichtig im Verkauf. Die Fähigkeit, sich in den Kunden einzufühlen, Ängste und Wünsche zu verstehen, ist 2021 einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren.

Es liegt auf der Hand: 2021 ist von Angst geprägt. Firmenkunden treibt die Angst um, ob und wie sie die Krise überleben – auch wenn sie nicht direkt betroffen sind. Entscheider bei Firmenkunden leben mit der Angst vor Jobverlust. Privatkunden haben Angst vor sozialem Abstieg ...

Verkäufer, die sich auf diese Ängste fokussieren, ehrlich mitfühlen und mit ihren Produkten oder Leistungen echte Erleichterung anbieten, werden deshalb die Gewinner sein.

Trend 3: Training wird zum entscheidenden Erfolgsfaktor

Trend 1 und 2 sagen: Die Verkaufsprozesse werden komplexer, die Kunden anspruchsvoller. Das führt automatisch zu Trend 3: Training und Coaching im Verkauf werden noch einmal wichtiger. Mitarbeiter und Teams effektiv für Herausforderungen fit zu machen, wird zum entscheidenden Erfolgsfaktor.

Hinzu kommt: Bei der Arbeit auf Distanz fehlt oft die Möglichkeit des informellen Austauschs. Sich beim Kollegen etwas abzuschauen, ist nicht mehr so einfach möglich.

Immer mehr Großunternehmen bieten deshalb eigene interne Online-Verkaufsakademien oder -kurse. In kleineren Organisationen oder Teams können die Führungskräfte eine Coaching-Ausbildung machen oder einen Trainer mit ins Boot holen.

Nutzen Sie jetzt meinen Premium-Service

Als Leser meines INtem® Coaching-Briefs haben Sie jeden Monat exklusiv die Möglichkeit, kostenlos die aktuelle Leser-Service-Datei anzufordern. Sie erhalten zusätzliche Checklisten, Arbeitshilfen oder weiterführende Informationen, mit denen Sie die Tipps und Strategien aus dem Coaching-Brief umsetzen können. In diesem Monat:

Checkliste: Sieben Extra-Tipps für Video-Calls und -Konferenzen im Verkauf

Video-Gespräche oder -Konferenzen per Teams, Zoom oder Skype sind zum Standard geworden. Aber viele Verkäufer, die den persönlichen Kontakt lieben, fühlen sich dabei noch nicht richtig wohl. Haben auch Sie deshalb immer wieder das Gefühl, dass Sie und Ihre Mitarbeiter auf dem Bildschirm noch besser auftreten und schneller den Draht zum Kunden finden können? Dann fordern Sie gleich meine Checkliste mit sieben Video-Tipps an.


Klicken Sie hier, um Ihr Exemplar anzufordern:

<https://florack.intem.de/coaching-brief/leser-service.php>



Sie erhalten diese Checkliste umgehend kostenlos als PDF-Datei, damit Sie sie beliebig oft an die Mitglieder Ihres Teams verteilen und ausdrucken können.

Wenn Sie sehen wollen, was ich noch für Sie tun kann, vernetzen wir uns:

-  https://www.xing.com/profile/Juergen_Florack2
-  <https://www.linkedin.com/in/juergen-florack-287b434/>
-  <https://www.facebook.com/GOVEND2012>
-  https://twitter.com/Juergen_Florack

Rückruf-Service: Sie haben eine Frage zum Coaching-Brief? Oder benötigen Sie eine Kurzberatung? Dann senden Sie mir einfach eine E-Mail mit dem Wunschtermin, zu dem ich Sie am besten erreichen kann. Meine E-Mail-Adresse lautet:

j.florack@govend.de