

Der Coaching-Brief von Clemens Adam für mehr Erfolg im Verkauf

Ausgabe Februar 2012

Der Veranstaltungstipp

**Am 15. Juni 2012
in Aschaffenburg**

www.businessforum-aschaffenburg.de

Nach dem erfolgreichen Umzug von Langenselbold nach Aschaffenburg startet das Businessforum Aschaffenburg nun zum zweiten Mal in der Stadthalle Aschaffenburg.

Details in unserem nächsten Coaching-Brief.

Witzige Zeitungsanzeige oder Racheakt?

Dem erfolgreichen, öffentlich-rechtlichen Kollegen-Fortpflanzungsduo

Jürgen Werwinski + Bettina Meier

Herzlichen Glückwunsch zum außerehelichen „Firmen-Unfall“!!!

Es gratulieren die Ehefrau;-) des Befruchters, sowie die ehelichen Söhne!

Gefunden im Hamburger Abendblatt



Die neue Adam-Training-Broschüre ist fertig.

[Download hier!](#)

Unsere Schwerpunktthemen in dieser Ausgabe:

So wird 2012 Ihr erfolgreichstes Jahr

Kennen Sie das? Jahreswechsel und irgendwie haben alle neuen Schwung, frische Ideen und gute Vorsätze. Allerdings ist meist nach 3–4 Wochen Alltag die Luft wieder raus.

In meinem heutigen Coaching-Brief möchte ich Ihnen aufzeigen, wie Sie den Schwung langfristiger mitnehmen und nicht in Pessimismus verfallen.

Erfolgreiches Verkaufen funktioniert nur, wenn man „im Kopf des Kunden denken kann“

„Lassen Sie uns mal darüber sprechen, wie ich Ihnen helfen kann.“ So oder ähnlich klingen oft Ansprachen von Verkäufern gegenüber Kunden.

Klar gilt nach wie vor „Wer fragt, gewinnt“, aber reichen einfache W-Fragen heute noch aus?

Ich sage: NEIN!

Um an den Bedarf des Kunden zu kommen, müssen Verkäufer Beziehungsmenschen sein. Und zwar so gute, dass der Kunde von sich aus zum Thema kommt. Wenn dies geschehen ist, werden aus Verkäufern Einkaufshelfer und vertraute Berater.

Alles Weitere zu diesen spannenden Themen erfahren Sie auf den folgenden Seiten.



Ich wünsche Ihnen wieder einmal viel Spaß beim Lesen.

Ihr

Schwerpunktthema 1

Erfolg braucht Strategie – auch 2012

Eine der Erfolgsgrundlagen für 2012 ist die schriftliche Planung des Jahresziels und dessen Kommunikation mit den Mitarbeitern. Mitarbeiter, die wissen, was auf sie zukommt, sind motivierter und effektiver.

Wer sich jeden Tag daran erinnert, warum er sich anstrengt, und sich belohnt, wenn er Erfolge feiert, der ist motivierter für die Zukunft. Aus diesem Grund sollte die Planung in kleinen, erfüllbaren Schritten erfolgen und ein Commitment mit den Mitarbeitern vereinbart werden.

MEIN TIPP: Visualisieren Sie Ihre Ziele groß und hängen Sie sie für die Mitarbeiter gut sichtbar auf. Am besten lassen Sie sich von Ihren Mitarbeitern bei der Visualisierung helfen. Gemeinsam geschaffen und gemeinsam erreichen: So lautet die Devise.

Suchen Sie sich neue Ideen sowie Anregungen und kommunizieren Sie positive Erlebnisse, die den Spaß an der Arbeit am Laufen halten. Werfen Sie Ballast ab und überlegen Sie, welche Maßnahmen in den vergangenen Jahren keinen Aufschwung gebracht oder negative Situationen heraufbeschworen haben. Dann streichen Sie diese aus der Planung! Was nichts bringt, können Sie in der Zukunft auch weglassen.

Geben Sie sich und Ihren Mitarbeitern Gründe, warum sich das Engagement lohnt – und erinnern Sie regelmäßig daran!

Nutzen Sie Ihr Umfeld, um sich selbst jeden Tag an Ihre Ziele zu erinnern. Ich selbst habe auf Facebook mitgeteilt, dass ich bis Ende 2012 gerne 80 Kilogramm abnehmen möchte. Täglich fragen mich meine Freunde dort, wie der Stand der Dinge ist. Aktuell habe ich bereits 20 Kilogramm geschafft. Meine Sucht nach süßen Sachen ist seitdem stark zurückgegangen und ich fühle mich sehr wohl. Die Erinnerungen und Nachfragen motivieren mich stetig.

Starten auch Sie Ihren eigenen kleinen Wettbewerb, in dem Sie sich mit anderen messen können. Ich schau mir regelmäßig Trainerkollegen an und freue mich dann, wenn ich feststelle, wie gut ich bin. Falls es mal anders ist, feile ich an meiner Strategie, um die Spitzenposition zu erreichen, die ich mir gesetzt habe. Wer aufhört, sich selbst zu prüfen, der wird überholt und geht in der Vergleichbarkeit unter.

Fragen Sie uns doch mal nach unserem VKEP-Spezialtraining!



Machen Sie was aus Ihrem Wissen!



Weiterbildung ist günstiger, als Sie denken!

Unsere aktuellen Trainings-, Seminar- und Workshop-Termine finden Sie auf unserer Website

<http://clemens-adam.de>

in der Rubrik „Termine“.

Schwerpunktthema 1

Das Wichtigste ist die Kontinuität. Wer nicht warten kann, hat ein Problem, denn er ist bereit zu Zugeständnissen und macht Fehler. Entscheidungen brauchen Geduld.

Auch **Erfolg braucht Geduld**. Ich habe schon viele Verkäufer erlebt, die auf Grund von Wartezeit und Stillstand demotiviert waren oder frustriert aufgegeben haben. Man kann diese Geduld auch trainieren. Eine Möglichkeit aus dem Zeitmanagement ist da sehr hilfreich. Portionieren Sie den Erfolg. Setzen Sie kleine Zwischenziele, die bei Erreichung als Erfolg gefeiert werden können. Erfreuen Sie sich dieser Erfolge und machen Sie sich bewusst, dass Sie dem großen Ziel damit nähergekommen sind. Genauso ist es mit den persönlichen Zielen und Träumen.

Eigenmotivation funktioniert aus meiner Sicht nur so lange, wie man sich darauf freuen kann, ein Ziel zu erreichen. Wenn dieses selten oder gar nicht erreicht wird, dann fällt die Motivation ins Bodenlose.

MEIN TIPP: Nehmen Sie sich für 2012 einmal etwas vor, was Sie schon immer erreichen wollten, und verwirklichen Sie dieses Ziel. Dabei ist es vollkommen egal, um was es sich handelt: Urlaub, Freizeit, Auto usw. Planen Sie dieses Ziel fest und schriftlich für 2012 ein und verpflichten Sie sich selbst dazu, diesen Termin für die Zielerreichung einzuhalten. Nutzen Sie dazu Ihren Terminkalender und planen Sie feste Termine, an denen Sie das tun, was nötig ist, um das Ziel zu erreichen.

Ich erinnere mich an Marie Luise aus einem meiner VKEP-Seminare. Sie hatte den Traum, nach zwei Jahren einmal einen Urlaub zu machen. Immer wieder wurde er verschoben. Aus Rücksicht und Angst, ohne sie würde die Firma nicht mehr laufen, vergaß Sie, auf sich selbst zu achten.

Beim Businessforum 2010 in Langenselbold hörte sie Lothar Seiwert's Vortrag zum Thema Zeitmanagement gespannt zu. Für den folgenden Feiertag hatte sie ursprünglich Büroarbeit eingeplant. Nach dem Vortrag sagte sie zu mir: „Clemens, morgen bleibe ich zuhause und gehe mit Mann und Kind schwimmen.“ Eine Woche später plante sie ihren Urlaub – und verschob ihn nicht mehr. 2011 war das bisher erfolgreichste Jahr der Firma, so Marie Luise bei unserem letzten Treffen. Für 2012 habe ich letzte Woche Anzeigen für Stellenbesetzungen gesehen. Es geht also weiter aufwärts.

Fragen Sie uns doch mal nach unserem Commitment-Training!



Sorgen Sie für die Umsetzung Ihrer Ziele!



Weiterbildung macht Spaß, wenn man Erfolge spürt,



genießt und feiert.

Schwerpunktthema 2

Beispiel Software

Kunde: Ich lege Wert auf Zuverlässigkeit.

Alte Fragetechnik:

Verkäufer: Unsere Produkte sind zuverlässig und halten ewig.

Gibt's noch etwas, was wichtig ist?

Neue Fragetechnik:

Verkäufer: Was verstehen Sie unter Zuverlässigkeit?

Kunde: Der Computer muss mir alle Daten liefern, die ich möchte.

Verkäufer: Auf welche Daten, Inhalte und Spezifikationen legen Sie Wert – und wie hätten Sie diese gerne dargestellt?

usw.



Nur mal angenommen, es gäbe einen Schlüssel, mit dem Sie schnell und mit absoluter Sicherheit an den Bedarf des Kunden kommen könnten! Möchten Sie diesen nicht auch besitzen?

Wer schon einmal ein Verkaufstraining besucht hat, der kennt sicherlich die klassischen Aussagen zu den W-Fragen.

Viele Trainer sehen darin das Heil der Fragetechnik. Und man kann ja auch nichts falsch damit machen, denn W-Fragen sind offene Fragen, bei denen der Gesprächspartner mit einem Satz antwortet – statt wie bei einer geschlossenen Frage mit Ja oder Nein. Was funktioniert besser?



Wer heute erfolgreich verkaufen möchte, muss emotionale und zielgerichtete Fragen stellen!

Fragen, die einen die Welt des Kunden betreten lassen.

In meinen Seminaren stelle ich oft fest, dass Aussagen der Kunden von den Verkäufern interpretiert werden und dann am tatsächlichen Bedarf des potenziellen Käufers vorbeigehen. Sie bemühen sich nicht zu verstehen, was der Kunde mit seiner Aussage wirklich meint.

Beispiel gefällig?

Nehmen Sie das Wort „Qualität“ und fragen Sie 5 Kollegen, Mitarbeiter oder Kunden, was diese darunter verstehen. Sie bekommen mindestens 4 unterschiedliche Antworten. Im VKEP-Seminar zeigen wir Ihnen, wie Sie das Tor zum Kunden aufschließen und seine Welt betreten.



CLEMENS ADAM

BAHNHOFSTRASSE 21
63579 FREIGERICHT NEUSES
www.adam-training.de
info@adam-training.de

TEL 06055 9369896
FAX 06055 9369895
MOB 0151 54032049

