
Vorwort

Liebe Leserin, lieber Leser!

Spitzenleistungen im Verkauf sind immer abhängig davon, wie gut Verkäufer von ihren Führungskräften geführt werden. Natürlich kann man auch die Frage stellen, warum Verkäufer nicht von sich aus ihre Chancen am Markt besser nutzen, wo sie doch durch höhere Provisionen unmittelbar belohnt werden würden? Den meisten Verkäufern fällt es schwer, eigene Komfortzonen („rote Linien“) permanent zu überschreiten. Sie geben sich häufig mit mittelmäßigen Erfolgen zufrieden, obwohl viel mehr „drin“ wäre, wenn in den Kundengesprächen strukturiert und konsequent gearbeitet werden würde.

Die Arbeit von Führungskräften im Vertrieb besteht darin, Verkäufer dazu zu bewegen, dass sie mehrmals am Tag beim Kunden „das Richtige“ tun. Dabei geht es um konkrete Handlungen, die beim Kunden erfolgen müssen, damit sich der Verkaufserfolg nachhaltig einstellt. Die Grundlage dafür ist eine ausgereifte Arbeitstechnik. Damit ist das Stellen der „richtigen Fragen“ genauso gemeint wie der konstruktive Umgang mit Kundeneinwänden. Die Anzahl der Verkaufstermine in der Woche spielt ebenso eine Rolle wie der Zusatzverkauf.

Grundlage der Entwicklungsarbeit im Vertrieb ist es, dass Übereinstimmung darüber herrscht, wie der detaillierte Verkaufsprozess auszusehen hat, um möglichst große Erfolge zu erzielen. Als Führungskraft sind Sie dann angehalten, die Stärken und

Schwächen Ihrer Verkäufer hinsichtlich der einzelnen Bausteine zu analysieren, um Entwicklungen zu ermöglichen und einzufordern.

In den vielen Seminaren der letzten Jahre konnte ich als Trainer beobachten, wie schwer es Führungskräften fällt, Verkäufer für Entwicklungsprozesse zu gewinnen. Die Führungskräfte gaben sich in den Übungsgesprächen zu rasch mit halbherzigen Vereinbarungen zufrieden, und viele Gespräche kosteten zu viel Zeit.

Diese Erfahrungen waren Anlass für mich, einen Gesprächsleitfaden für das Führungsgespräch zu entwickeln, der knapp und klar auf den Punkt kommt. Und als ich diese Gespräche mit meinen Seminarteilnehmern üben ließ, war schnell klar, dass es nicht länger als 15 min dauert, um mit dem Mitarbeiter *einen* konkreten Entwicklungsschritt in seinen Verkaufsgesprächen zu erreichen und langfristig sicherzustellen. Das Ergebnis ist das vor Ihnen liegende *15-Minuten-Zielgespräch*¹.

Je mehr wir uns in den Seminaren mit den Zielgesprächen beschäftigten, desto mehr kristallisierte sich heraus, dass bestimmte Inhalte immer wiederkehren. Sie werden in den praktischen Beispielen im zweiten Kapitel dieses Buches Situationen finden, die Sie sofort eins zu eins umsetzen können. Ich habe bewusst auf die Beschreibung psychologischer Hintergründe verzichtet, weil ich Ihnen eine praktische Anleitung liefern möchte, die Sie und Ihr Team sofort nach vorne bringt.

Die ausgewählten Dialoge basieren zum Teil auf meinen Aufzeichnungen, die ich während meiner Seminare angefertigt habe.

¹ Das Copyright für die Methode *15-Minuten-Zielgespräch* liegt bei der Karl Herndl Training KG, Junoweg 4, A-9073 Viktring. Mit dem Kauf dieses Buches haben Sie als Leser das Recht erworben, das *15-Minuten-Zielgespräch* in Ihrem Führungsbereich einzusetzen. Der Einsatz als Trainingsmethode für einen großen Führungsbereich bzw. für ein ganzes Unternehmen bedarf der schriftlichen Genehmigung des Autors.

Ich wünsche Ihnen, liebe Leser, viel Spaß und Erfolg bei der Führungsarbeit mit dem 15-Minuten-Zielgespräch.

Ihr

A handwritten signature in black ink, reading "Karl Heindl". The script is cursive and fluid, with the first name "Karl" and last name "Heindl" clearly distinguishable.

Das 15-Minuten-Zielgespräch

Wie Sie Ihre Verkäufer zu Spitzenleistungen bringen

Herndl, K.

2014, XIII, 179 S. 6 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-8349-4724-6