

2

Nie mehr Stress im Verkauf – geht das überhaupt?

Nein. Gerade von Verkäufern wird enorm viel verlangt. Schließlich bestimmen sie mit ihrer Arbeitsweise und dem damit einhergehenden Erfolg entscheidend die Zukunft der gesamten Unternehmung. Druck im Verkauf ist somit normal. Es gehört für die Mehrheit zur Normalität, dass sie Zielzahlen bekommen, ihre Ergebnisse gemessen werden und es auch Sanktionen in Form von Tadel und/oder Gehaltseinbußen gibt, wenn das Ziel nicht erreicht wird. Im Verkauf ist schnell klar, wer zu den Leistungsträgern gehört – und wer hinterherhinkt. Man kann nicht einfach sagen, dass „schwache“ Verkäufer mehr Stress haben, wie ihre erfolgreicherer Kollegen. Auch viele Top-Verkäufer haben Stress. Denn der Druck schlägt erst dann in Stress um, wenn entsprechende Emotionen vorherrschen: Jeder Verkäufer macht sich andere Gedanken und schlägt unterschiedliche Wege ein, um eine optimale Balance zwischen

den zahlreichen eigenen und fremden Vorgaben, Erwartungen und Wünsche zu bekommen. Eine permanente harmonische Balance zwischen allen Punkten ist nicht möglich. Erst recht, weil Verkaufen viel mit unterschiedlichen Menschen zu tun hat, deren Vorgehensweisen wohl nie berechenbar sind.

Einflussgrößen/Stressoren im Verkauf

Der Arbeitgeber

Wie ist seine Unternehmensphilosophie? Wie entschlossen strebt er seine Ziele an? Wie ist es um seinen Ruf bestellt? Was passiert mit Mitarbeitern, die ihre Ziele nicht erreichen? Welches Entlohnungs- und Karrieresystem liegt vor? In welcher Form unterstützt der Arbeitgeber seine Mitarbeiter, damit diese sicherer ihren Anforderungen gerecht werden können? Welches Image hat er?

Das Leistungsangebot

Wie gut sind die zu verkaufenden Produkte/Dienstleistungen tatsächlich? Wie „schwer“ sind diese im Markt zu platzieren? Welche Möglichkeiten hat der Verkäufer, um auf Reklamationen zu reagieren? Mit welchen Materialien/Unterlagen wird er beim Verkauf unterstützt?

Die Führungskraft

Wie fördert die Führungskraft ihre Verkäufer, damit diese ihre Ziele erreichen? Wie gut ist die „Chemie“ zwischen den Verkäufern als Gesamtes und zwischen dem Einzelnen? Wie verhält sie sich, wenn Fehler passieren/Ziele gefährdet sind? Wie verlässlich ist die Führungskraft? Wie wird Kritik geübt? Welche Tätigkeiten über das Verkaufen hinaus

werden noch eingefordert (bspw. im Ladengeschäft Bestellungen ausführen, Sauberkeit, Statistik) – halten diese eher vom Verkaufen ab oder unterstützen sie das Verkaufen?

Die Kollegen

Wie intensiv unterstützen sich Kollegen gegenseitig? Wer ist für was verantwortlich? Sind die Kollegen verlässlich? Wie ist das Betriebsklima? Wie gehen „erfolgreiche“ Verkäufer mit „schwachen“ Kollegen um – und umgekehrt? Wie hoch ist die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit?

Die Kunden

Wie viele Kunden sind am Tag zu bedienen/besuchen? Wie zeitintensiv fällt die Betreuung aus? Wie ist die „Chemie“ zwischen Kunden und Verkäufer? Wie verhalten sich die Kunden gegenüber den Verkäufern – eher freundlich/fair oder herablassend/dominant? Wie sieht der Einkaufsprozess aus? Gibt es viele potenzielle Kunden, oder nur wenige, sodass aufgrund der Zielzahlen Verkaufsdruck entsteht?

Die Mitbewerber

Wie aktiv sind die Mitbewerber des Verkäufers? Welche Möglichkeiten hat der Verkäufer, dem etwas entgegensetzen zu können? Wem fühlt sich der Verkäufer über- als auch unterlegen?

Der Verkäufer

Sieht der Verkäufer in seinem Beruf eher eine Belastung oder eher eine Bereicherung? Wie geht dieser mit Fehlschlägen, Druck und Stress um? Weiß dieser, wie er seine Ziele erreichen kann – und glaubt er daran? Steht er unter

extremen Leistungsdruck, um genügend Einkommen zu generieren? Bekommt der Verkäufer genügend Zeit, um seine Verkaufsziele zu erreichen, oder werden auch Tätigkeiten von ihm verlangt, die ihn vom Verkaufen eher abhalten?

Privates Umfeld

Wie stehen Familie und Freunde zu der Tätigkeit des Verkäufers? Fördern diese sein Engagement für die Arbeit, oder reduzieren diese es eher? Welche Prioritäten und Ziele haben diese in ihrem Leben? Wie intensiv fordert die Familie Zeit für sich ein, bzw. lässt den Verkäufer arbeiten? Hat der Verkäufer in seinem Umfeld eher Kontakt zu „erfolgreichen“ Verkäufern, die wissen, wie erfolgreiches Verkaufen geht, oder eher zu „schwachen“? Wie denkt der Verkäufer über sein privates Umfeld?

Entscheidend für Ihren Stresspegel ist, wie Sie vor, während und nach gewissen Situationen reagieren. Dieses Buch zeigt Ihnen, wie Sie typische stress auslösende Situationen im Verkauf souveräner und damit sicherer bewältigen und sich selbst als Mensch mehr bewusst werden. Umso sicherer Sie sich fühlen – also im Inneren ruhen – desto weniger negativen Stress werden Sie erleben. Wichtig ist nur, dass Sie mit dieser Arbeit an sich selbst anfangen. Am besten sofort. Und bitte nicht nur mal 2 h, um dann wieder in den alten Trott zu verfallen, sondern konsequent. Fangen Sie gezielt bei einer Sache an – und bleiben Sie am Ball. Die ersten Erfolge ziehen schnell weitere Erfolge nach sich – und geben Motivation und Selbstvertrauen.

Nachfolgend zwei Beispiele, wie es im Verkauf zu Stress kommen kann.

Der Anti-Stress-Trainer für Vertriebler
Gelassen mit Verkaufsdruck umgehen

Schumacher, O.

2017, X, 71 S., Softcover

ISBN: 978-3-658-12476-2