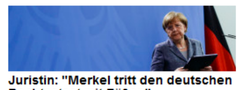
An die Frauen mit Kopftuch, die laut lachend durch den Lidl laufen

Dieter Hallervorden: "Merkel hat uns die Scharia gebracht"



Juristin: "Merkel tritt den deutschen Rechtsstaat mit Füßen"

BLOG

Eine offene Plattform für kontroverse Meinungen und aktuelle Analysen aus dem HuffPost-Gastautorennetzwerk

Martin Limbeck Fan werden

Business-Speaker und Verkaufs-Experte

Just do it: Was wir von der unglaublichen Flucht eines Kraken lernen können

Veröffentlicht: 19/04/2016 17:01 CEST | Aktualisiert: Vor 0 Minuten

Vor einigen Tagen entdeckte ich beim Durchscrollen der Nachrichten eine Meldung, die mich innehalten ließ. Ein Kraken, getürmt aus einem Aquarium? Sie haben richtig gelesen: In Neuseeland ist es anscheinend einem besonders furchtlosen und neugierigen Tier gelungen, aus seinem Tank über ein Abwasserrohr in den Pazifischen Ozean zu entkommen.

Normalerweise bin ich nicht der Typ für solche Storys. Doch hier kam ich nicht umher, sie zu lesen. Eine tolle Geschichte, die ein bisschen an „Findet Nemo" erinnert. Mit einem Unterschied: Diese Story ist tatsächlich wahr und nicht von Pixar Studios erfunden. Und ich denke mir so: Was für ein Kerl! Der Kraken hatte nur eine minimale Chance - und hat sie eiskalt genutzt! Davon können wir uns eine ordentliche Scheibe abschneiden.

Fakt ist: Die Fähigkeit, Entscheidungen zu treffen und auch mal auf Risiko zu gehen, ist eine hohe Kunst. Ich erlebe das jeden Tag. Viele Menschen hadern und zaudern und können sich nicht mal entscheiden, ob sie lieber Salami oder Schinken auf ihrer Pizza haben möchten. Wie sollen die bitte vernünftig ein Unternehmen führen oder Kunden akquirieren?

Entscheidungen treffen sich nicht von allein

Zugegeben, als junger Verkäufer musste ich das auch erst mal lernen. Denn egal, ob alt oder jung, uns alle verbindet die gleiche Urangst: Wir möchten nicht abgewiesen werden. Keinen Korb bekommen, weder von dem hübschen Mädel in der Disco, noch vom potenziellen Kunden, der uns gegenübersitzt. So ein „Nein" ist einfach nicht schön.

Doch deswegen in eine Schockstarre zu verfallen, ist das Schlechteste, was du tun kannst. Dann läufst du auf der Stelle. Ich erinnere mich noch gut an meinen ersten Tag, an dem ich als Jungspund auf Kunden losgelassen wurde. Ich stand dort in einem Industriegebiet, jede Menge potenzielle Kunden um mich herum.

Heute würde ich aus dem Auto springen, mir die Hände reiben und laut „Das wird ein Spaß!" rufen. Damals sah das anders aus. Was habe ich mit mir gerungen. Sollte ich in ein kleines Unternehmen gehen? Besser nicht, dann könnte ich direkt vor dem Chef stehen, wenn ich Pech habe. Also lieber ein großes? Da könnte mich aber schon die Empfangsdame abweisen, wenn es richtig doof läuft. Hätte, wenn und aber - Schluss damit.

Merken Sie sich eins: Der Konjunktiv ist der Tod aller Möglichkeiten! Deswegen fasste ich mir ein Herz, nachdem ich ungefähr fünf Zigaretten geraucht und mein Hemd durchgeschwitzt hatte. Ich ging einfach zu allen rein, ein Unternehmen nach dem anderen. Denn was hatte ich schon zu verlieren? Gar nichts. Denn nicht gekauft hatte der Kunde ja schon. Eine Absage kann deine Situation also gar nicht verschlechtern. Es kann immer nur nach oben gehen. Also nichts wie ran!

Ran an den Boss!

Noch etwas habe ich in all den Jahren gelernt: Je weiter oben jemand in der Hierarchie steht, desto größer sind die Entscheidungen, die dort gefällt werden. Je größer die Entscheidungen, desto größer ist das Budget, desto größer sind die Aufträge, desto mehr Umsatz und Gewinn sind zu erreichen.

Und: Je teurer eine Sache oder eine Leistung ist, desto leichter ist sie dann zu verkaufen, weil weniger Menschen an der Entscheidungsfindung beteiligt sind. Deswegen sind erstklassige Verkäufer kompromisslos kontaktfreudig. Nur keine falsche Scheu vor Titeln oder Hierarchien!

Sie können direkt den Entscheider ans Ohr bekommen? Dann ergreifen Sie die Chance, es könnte Ihr Weg in den Ozean, pardon, zum Abschluss sein. Ich bin auch schon mal nach einem Termin ganz frech ins Büro des Chefs gegangen, weil ich wusste, dass er dort mit dem Vorstand zusammensaß. Ich wäre doch kein guter Verkäufer, wenn ich es nicht zumindest versuchen würde.

Ich habe ihn gefragt, ob er gerne liest und schwupps hatte ich seine Visitenkarte, um ihm mein Buch zuzuschicken. Eins zu Null für mich. Klar weiß ich in so einer Situation nicht, ob wirklich was draus wird. Entscheidend ist lediglich, dass ich die Gelegenheit erkannt und bestmöglich genutzt habe. In solchen Situationen darfst du nicht lange überlegen. Du musst die Entscheidung fällen und sofort handeln. Das unterscheidet Durchschnittsverkäufer von Topsellern!

Lernen Sie, „Nein" zu sagen!

Und es geht nicht nur um die Entscheidung, einen Kunden zu akquirieren. Genauso wichtig ist es, dass wir lernen, im richtigen Moment „Nein" zu sagen. Oft drucksen wir aus Höflichkeit rum und trauen uns nicht, unserem Gegenüber einen Wunsch abzuschlagen.

Gerade als Verkäufer ist es jedoch wichtig, dass Sie zu Ihren Prinzipien stehen. Klar ist der Abschluss schön, doch er ist nicht alles. Nicht, wenn Sie sich bis aufs letzte Hemd ausziehen lassen, um die Unterschrift zu bekommen. Verkaufen ist immer ein Geben und Nehmen. Nur wenn beide Parteien mit einem guten Gefühl nach Hause gehen können, ist es wirklich ein fairer Deal.

Mindestens genauso wichtig ist es auch, „Nein" sagen zu können, wenn sich eine Verhandlung ewig lange hinzieht. Ganz ehrlich: Früher hätte ich das nicht gemacht, doch inzwischen habe ich einen Riecher dafür, ob der Kunde nur spielen oder tatsächlich kaufen will. Wenn ich erst um ein Angebot, danach um eine weitere Erläuterung und dann noch um drei weitere Termine gebeten werde - irgendwann ist auch bei mir der Ofen aus.

Klar, keiner zwingt dich, dranzubleiben. Hartnäckigkeit ist eigentlich mein zweiter Vorname. Doch in manchen Situationen ist mir meine Zeit schlicht und ergreifend zu schade. Das sage ich dem Kunden dann auch so. Hören Sie nicht auf das ganze „Der Kunde ist König"-Gewäsch! Das ist er bei mir nur, wenn er es sich auch verdient hat. Wenn er mir respektvoll und auf Augenhöhe begegnet.

Martin Limbeck ist Autor des Buchs *Warum keiner will, dass du nach oben kommst ...*