

Die Regenmacher *) - von Schmetterlingen, Körperdüften und Wasserpumpen

Von der wirklichen Energie der Unternehmen
und der wirklichen Bedeutung des Verkaufs für dieselben

von
Erich-Norbert Detroy
www.detroy-consultants.de

Herausforderer gesucht!



*) alternativ Schrittmacher, Powerer, Begeisterer

Die Regenmacher

Von der wirklichen Energie der Unternehmen
und der wirklichen Bedeutung des Verkaufs für dieselben

Von Schmetterlingen, Körperdüften und Wasserpumpen

Wasser sorgt dafür, dass die Natur blüht –
Verkäufer sorgen dafür, dass Unternehmen blühen.

Fehlt das Wasser, sterben Pflanzen und Tiere,
fehlt der Umsatz, sterben die Unternehmen.

Wasser fehlt auf der Erde mehr und mehr, wie gute Verkäufer.
Hat es Wasser, wird es selbstverständlich angenommen, erst der Mangel zeigt die Wichtigkeit auf.
So ist es auch mit Verkäufern.

Was ist, wenn Sie auf gute, auf begeisternde Verkäufer verzichten müssten?

Lassen Sie uns deswegen mal über Schmetterlinge, Körperdüfte und Wasserpumpen reden.

Herausforderer gesucht!

Die Regenmacher

Von der wirklichen Energie der Unternehmen
und der wirklichen Bedeutung des Verkaufs für dieselben

Ja, das gab es früher wirklich:

Papa verdiente das Geld und Mama bestimmte darüber wann wie es ausgegeben wird.

Und das gibt es auch heute noch in der Wirtschaft:

Die Verkäufer verdienen das Geld (Aufträge bringen Umsatz und Gewinn) und die Financer bestimmen darüber, wann und wie es ausgegeben wird.

Das ist wie Kormoranfischen:

Der Kormoran jagt brav mit einem Ring um den Hals nach Fischen, bringt sie artig nach Hause und der Fischer bestimmt darüber, wann und welchen Fisch der Kormoran bekommt.

Wer macht die Unternehmen wirklich reich?

Man kann darüber trefflich streiten. Ohne die Techniker gäbe es keine Entwicklung und keine Produktion. Ohne die Kaufleute gäbe es keine Beschaffung und keine Verwaltung. Ohne die Marketer und Verkäufer gäbe es keine Aufträge.

Das Unternehmen müsste schließen.

Eigenartigerweise gab und gibt es trotz dieser Erkenntnis selten ein Unternehmen das verkaufsgetrieben (salesdriven) ist. Ausnahmen sind die typischen Markenartikel und Direktvertriebler. Meist sind die Unternehmen entweder technik- oder finanzgetrieben (technic-/finanzdriven).

An was liegt's?

Sind Verkäufer so schlecht, dass sie sich hausintern schlecht verkaufen können? Oder finden sie hausintern einfach kein Gehör. Oder sind die, die sowieso immer beieinander sind, die die auch bestimmen?

Wie dem auch sei, eines ist klar:

Werden Verkäufer behandelt wie die Kormorane des Kormoranfischers, verlieren sie schnell die Begeisterung für das Unternehmen. Die Verkäufer sind die ersten Kunden des Unternehmens.

Herausforderer gesucht!

Die Regenmacher

Von der wirklichen Energie der Unternehmen
und der wirklichen Bedeutung des Verkaufs für dieselben

Verkäufer sind diejenigen, die

- o das Unternehmen reich machen (können!)
- o dafür sorgen, dass viele Menschen in Lohn und Brot stehen
- o die Kunden von unseren Produkten begeistern
- o die die Welt einfach glücklicher machen

Ohne Verkäufer hätten wir heute keinen Fortschritt, wir würden – verzerrt formuliert – noch auf Bäumen leben.

Vivat dem Verkauf!

Verkäufern sollte einfach eine höhere Bedeutung beigemessen werden. Sie sollten

- o mehr Mitspracherecht bekommen ... z.B. bei der Produktentwicklung
- o entsprechend ihrer großen Verantwortung auch Befugnisse haben
- o einfach auch mehr Ansehen hausintern bekommen

Allerdings müssen Verkäufer auch an sich arbeiten, damit dieser „Lohn“ auch gegeben wird:

1. Sie sollten einfach konsequenter Dauerleistungen bringen
2. Sie sollten sich stärker weiterbilden, vor allem in (Preis-)Verhandlungstechniken
3. Sie sollten Ihr Persönlichkeitsprofil permanent verbessern

So kann eines Tages das entstehen, was dem Kunden wirklich hilft: Die Tempomacher, die Schmetterlinge, die Körperdüfte und Pumpen, kurz die Vertriebs-Organisation, die zum Perpetuum mobile wird.

Herausforderer gesucht!



Die Regenmacher

Von der wirklichen Energie der Unternehmen
und der wirklichen Bedeutung des Verkaufs für dieselben

Allen voran steht, kämpft und schafft der Vertriebsleiter.
Wenn seine Klasse keine Klasse hat, gerät das ganze Unternehmen ins Schlingern.

Der Vertriebsleiter managed die Daten, die Projekte, die Prozesse, die Kommunikation und löst die Probleme

Wenn der Vertriebsleiter keinen definierten Prozess hat, der seine Leute im Verkauf systemisch vorwärts bringt, so dass sie bessere Resultate bringen können, dann managed der Vertriebsleiter nur den Status quo.

Was ist unter Prozess im Vertrieb zu verstehen?

Nun, die meisten Verkäufer arbeiten relativ unstrukturiert und innerhalb der Verkaufsmannschaft schon gar nicht einheitlich. Das wäre weiter nicht besonders schlimm, wenn das Ergebnis stimmt.
Doch das Ergebnis leidet immer an einzelnen schwachen Verkäufern.

Der Vertriebsleiter kann relativ schnell zu verlässlichen Leistungen kommen, so er einen klar definierten Verkaufsprozess vermitteln kann:

1. So wird der Markt systematisch bearbeitet!
2. So wird systematisch akquiriert!
3. So wird systematisch argumentiert und präsentiert!
4. So wird der Kunde systematisch zum Auftrag geführt!

Und so weiter.

So kann eines Tages das entstehen, was dem Kunden wirklich hilft: Die Tempomacher, die Schmetterlinge, die Körperdäfte und Pumpen, kurz die Vertriebs-Organisation, die zum Perpetuum mobile wird.

Herausforderer gesucht!



Die Regenmacher

Von der wirklichen Energie der Unternehmen
und der wirklichen Bedeutung des Verkaufs für dieselben

**Die Tempomacher,
die Schmetterlinge, die Körperdüfte und Wasserpumpen,
kurz die Vertriebs-Organisation, die zum Perpetuum mobile wird.**



Schmetterlinge.

Kennen Sie das Experiment britischer Insektenforscher? Bekanntlich verbringen werdende Schmetterlinge vor dem Schlüpfen einige Zeit im Puppenstadium, bevor sie mit extremer Kraftanstrengung ihre Hülle sprengen und ihre Flügel entfalten können. Nicht alle schaffen diesen ultimativen Kraftakt der Befreiung aus dem Kokon, sie sterben in ihrem Gefängnis. Die Insektenforscher schnitten nun mit feinen Instrumenten die zähen Hüllen auf, worauf sich die werdenden Schmetterlinge ohne grosse Mühe befreien konnten. Aber sie konnten nicht fliegen, die Kraft fehlte ihnen dazu, und sie starben allesamt neben ihren zerschnittenen Hüllen.

Und die Moral von der Geschichte? ?

Verkaufen darf nicht zu leicht fallen, nur bei wirklicher Anstrengung gibt es den wirklichen Erfolg und die Lust am Erarbeiten weiterer Verkaufserfolge.

Herausforderer gesucht!



Die Regenmacher

Von der wirklichen Energie der Unternehmen
und der wirklichen Bedeutung des Verkaufs für dieselben

**Die Tempomacher,
die Schmetterlinge, die Körperdüfte und Wasserpumpen,
kurz die Vertriebs-Organisation, die zum Perpetuum mobile wird.**

Körperdüfte.

Was Du ausstrahlst, ziehst Du an.
Es ist die Aura eines Menschen, die ihn attraktiv macht.
Und das sind sowohl äußere als auch innere Werte.

Äußere Werte sind unser gesamter Habitus:

Die körperliche Pflege, Fitness und Reinheit getreu der Frage an Aristoteles Onassis *„Muss ein Verkäufer Sex haben?“* - *„Nein, er muss aber so aussehen, also ob ...!“*

Innere Werte sind ebenfalls ständig zu pflegen:

Welchem Sinn unseres Lebens streben wir nach? Sagte schon Friedrich Nietzsche *„Wer ein Warum des Lebens hat, kann fast jedes Wie ertragen!“* Anders gesagt *„Wer ein Warum des Lebens hat findet rasch und immer das Wie für dessen Erreichung!“*



Herausforderer gesucht!



Die Regenmacher

Von der wirklichen Energie der Unternehmen
und der wirklichen Bedeutung des Verkaufs für dieselben

**Die Tempomacher,
die Schmetterlinge, die Körperdüfte und Wasserpumpen,
kurz die Vertriebs-Organisation, die zum Perpetuum mobile wird.**

Wasserpumpen.

Wer sich mal mit einer Wasserpumpe beschäftigt hat, weiß, dass alles Tun im Vertrieb sich mit der Funktion und dem Nutzen einer Wasserpumpe erklären lässt.

Die Pumpe und Ihre Werte.

Die Pumpe fördert (1) Werte.

In der Technik sind das Wasser, Öl, Lebensmittel.

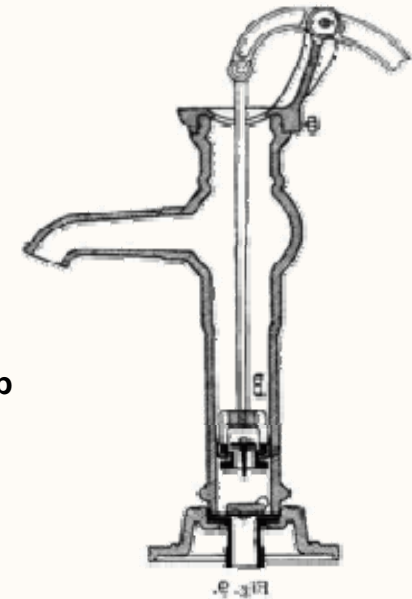
Im Verkauf sind das Aufträge, also Umsätze, Gewinne oder Verluste.

Die Pumpe muss aber an der richtigen (2) Quelle stehen.

Im Verkauf heißt dies beim richtigen Kunden-/Markt-Potenzial akquirieren.

Die Pumpe muss tief genug gebohrt sein, damit (3) Reinheit gegeben ist.

Im Verkauf meint das, dass man genügend Markt- und Kundenkenntnisse haben muss, damit Verkauf im Top-Level-Interest möglich ist.



Herausforderer gesucht!



Die Regenmacher

Von der wirklichen Energie der Unternehmen
und der wirklichen Bedeutung des Verkaufs für dieselben

Die Pumpe und Ihre Werte.

Die Pumpe muss in (4) **Aktion** gebracht werden, dazu muss man sie nähren.
Im Verkauf bedeutet dies, man muss seiner Verkaufsmannschaft Lust auf das Ziel machen.

Die Pumpe muss pumpen, in permanente (5) **Bewegung** gebracht werden, sonst versiegt der Quell.
Im Verkauf heißt es Dauerleistungen zu bringen und nicht nach ersten Erfolgen aufhören.

Die Pumpe muss aber gezielt bewegt werden, mit gesteuertem (6) **Energieeinsatz**.
Im Verkauf heißt das mit der richtigen Strategie die taktischen Maßnahmen richtig einzusetzen.

Die Pumpe verlangt (7) **Schmierung**, damit sie keinen Rost ansetzt.
Im Verkauf wird ein Danke erwartet. Bleibt dies aus, wird er schwerfällig.

Herausforderer gesucht!

Die Regenmacher

Von der wirklichen Energie der Unternehmen
und der wirklichen Bedeutung des Verkaufs für dieselben

Die Pumpe und Ihre Werte.

Fassen wir zusammen.
Im Verkauf kommt es darauf an

die richtigen (1) Werte zu kennen: Gewinne sind der Sauerstoff des Unternehmens
die richtige (2) Quelle zu finden: das Markt- und Kundenpotenzial richtig zu erkennen
die (3) Bohrung tief genug anzusetzen: die richtigen Markt- und Kundenkenntnisse zu haben
richtig in (4) Aktion zu kommen: schnell und lustgetrieben zu starten
in ausdauernde (5) Bewegung zu kommen: dauerhaft gute Verkaufsergebnisse zu erzielen
den (6) Energieeinsatz klug zu steuern: nicht kopflos sondern gezielt und strategisch vorgehen
das (7) Danke zu erhalten: auch hausintern Anerkennung zu bekommen

Einfache Erkenntnis:

So einfach ist heute Verkaufen nicht. Richtige Profis sind hier gefragt,
Manager, die ihr Handwerkszeug verstehen, die ein klares Prozessdenken haben und durchsetzen.
Das verdient Bewunderung. Und hoffentlich bald mehr Achtung in den Vorstandsetagen.

Herausforderer gesucht!



Die Regenmacher

Von der wirklichen Energie der Unternehmen
und der wirklichen Bedeutung des Verkaufs für dieselben

Die Pumpe
muss sich verdient machen.

Die Tempomacher und Ihre Werte.

1. Die richtige Einstellung
2. Die richtige Planung
3. Die richtigen Aktionen
4. Die richtigen Emotionen
5. Die richtigen Verfahren
6. Die richtigen Ergebnisse
7. Die richtigen Folgen



Die Regenmacher

Von der wirklichen Energie der Unternehmen
und der wirklichen Bedeutung des Verkaufs für dieselben

Gehen wir in medias res.

Die Pumpe und Ihre Werte im Verkauf.

1. Die richtige Einstellung für den Verkauf

Es ist ein Jammer, das das Verkaufen als solches in gewissen Bevölkerungsschichten immer noch negativ belegt ist. Manche sprechen sogar davon, dass Verkäufer vom Hermes-Komplex erfasst seien.

Richtig ist ...

Gäbe es keine Verkäufer, hätten wir keinen Fortschritt, denn Verkäufer haben den Fortschritt in die Welt getragen. Verkäufer haben dafür geworben den Fortschritt anzunehmen. Und dies gelang. Damit hatten die Erfinder und Entwickler wieder den Antrieb alles noch viel besser zu machen.

Verkäufer haben damit die Welt bereichert.

Der Verkauf ist also ein höchst wertvoller Beruf, ein Beruf, der – mit ethischer Sorgfalt ausgeführt – höchstes Ansehen in der Gesellschaft verdient.



Herausforderer gesucht!

Die Regenmacher

Von der wirklichen Energie der Unternehmen
und der wirklichen Bedeutung des Verkaufs für dieselben

Verkaufen ist aber auch einer der schönsten Berufe dieser Welt:

Vorausgesetzt man macht seine Arbeit gut und richtig, man erfüllt die gesteckten Ziele, dann

- **hat man alle Freiheiten dieser Welt**
- **hat man die abwechslungsreichste Tätigkeit dieser Welt**
- **lernt man jeden Tag neue Menschen kennen**
- **ist man immer in einem wunderbaren Abenteuer**
- **und hat viel Erfolg**

Es gehört natürlich dazu, dass man

- **alleine und diszipliniert arbeiten kann**
- **noch immer einen gewissen Jagdtrieb in sich verspürt**
- **sich ständig messen will mit anderen**
- **hie und da auch Niederlagen verkraften kann**
- **und die Kraft der Selbst-Motivation täglich aufbringt**

Ja, dann ist Verkaufen der schönste Beruf dieser Welt.

Herausforderer gesucht!



Die Regenmacher

Von der wirklichen Energie der Unternehmen
und der wirklichen Bedeutung des Verkaufs für dieselben

Gehen wir in medias res.

Die Pumpe und Ihre Werte im Verkauf.

2. Die richtige Planung

Eigentlich sollte bei jedem Verkäufer der „Denker“ von Auguste Rodin (1840 -1917) stehen, um ihn zu mehr und besserer Planung anzuregen.

Thomas J. Watson (1874 -1956), legendärer IBM-Chef schuf in höchst-innovatives Unternehmen durch das Wörtchen „THINK“, das Anregung für alle Mitarbeiter sein sollte.

Auch Verkäufer müssen verstärkt planen, allein schon, um die immer höher werdenden Anforderungen und herausfordernden Ziele planvoll zu erreichen. Planbar ist fast alles im Verkauf: Der Markt, die Kunden, die Strategie, die Taktik ... und nicht nur die Reiseroute. Je besser geplant, umso geringer fallen die Imponderabilien (Unwägbarkeiten) aus.

Kalauer am Rande:

Warum hat die Deutsche Bahn einen Fahrplan? Ganz einfach, damit sie weiß wann und wie viel Verspätung sie hat.



Herausforderer gesucht!

