

# VERKÄUFER SOLLTEN ES BESSER WISSEN

Oliver Schumacher

**TELESALES\_Verkäufer haben Zielvorgaben. Daran werden sie gemessen. Wer seine Ziele erreicht und übererfüllt ist gut, alle anderen sind schlecht. Die Verkaufszahlen ermöglichen klare Ranglisten und teilen die Welt ein in «gute» und «schlechte» Verkäufer. Kann es sein, dass so manch ein Verkäufer zu sehr seine eigenen Ziele sieht – und nicht die des Kunden? Verhalten sich nicht manche Verkäufer sogar so, dass der Kunde aufgrund ihrer Vorgehensweise sogar ablehnen muss?**



*Oliver Schumacher ist Verkaufstrainer, Fachbuchautor und Berater für bessere Verkaufsergebnisse.*

Wenn der Kunde abblockt, dann war es eben ein doofer Kunde, der einfach nicht die Zeichen der Zeit erkannt hat. Der Gedanke, dass man selbst möglicherweise nicht optimal gearbeitet hat, kommt den wenigsten in den Sinn. Wer ist auch schon in der Lage, sich selbst regelmäßig zu reflektieren und an sich zu arbeiten? Erst recht, wenn die Vorgehensweise Firmenstandard ist und auch andere Kollegen auf diese Art und Weise (angeblich) erfolgreich sind. Also kann die Vorgehensweise nicht falsch sein, sondern der Fehler kann nur bei den Kunden liegen. Wäre ja noch schöner, wenn man sich an die eigene Nase fassen müsste. Wo käme man denn da hin?

In der Rolle des Kunden klappen vielen Verkäufern die Fussnägel hoch, wenn sie erleben, dass sie unprofessionell und abfällig behandelt werden: kein Zuhören, sondern überhören. Kein Verstehen, sondern überreden. Kein Fragen, sondern sagen. Kein «Mensch im Mittelpunkt» sondern «Abschluss im Mittelpunkt». Doch

wenn jeder Verkäufer aufgrund seiner Erlebnisse als Kunde genau wissen müsste, wie es nicht geht, wieso macht so mancher es dann häufig in seinem Verkaufsallday doch?

Eine mögliche Erklärung könnten die unterschiedlichen Emotionen und Motive sein, die den Kunden als auch den Verkäufer antreiben: Der Kunde möchte vorrangig verstanden werden, das Richtige kaufen und von seinen Kollegen als auch Kunden für seine Kaufentscheidung Zustimmung und Lob ernten. Der Verkäufer dagegen muss vorrangig sein Angebot verkaufen, damit er bei seinem Arbeitgeber vernünftig dasteht und schliesslich sein Geld auch wert ist. Speziell die Verkäufer, die zu sehr in sich das «Müssen» tragen, werden verkrampfen und scheitern, weil sie sich zu sehr auf ihr eigenes Ziel statt das Ziel des Kunden fokussieren.

Der Kunde kann bei Ihnen kaufen. Der Verkäufer muss Kunden etwas verkaufen. So manche Verkäufer lassen den Kunden nicht zu Wort kommen, weil sie Angst haben vor unangenehmen Fragen oder Absagen und texten ihn deswegen zu. Doch wenn der Verkäufer nicht überzeugt, weil er sich kundenverachtend verhält, wer ist dann wirklich der Doofe? ■

## Das Buch zum Thema



**«Verkaufen auf Augenhöhe: Wie Sie wertschätzend kommunizieren und Kunden nachhaltig überzeugen - ein Workbook»**

Oliver Schumacher, Gabler Verlag  
Neuerscheinung: Juli 2011

ISBN 978-3-834-92937-2

ca. 200 Seiten, ca. 29,95 Euro

Weitere Infos:

[www.verkaufsergebnisse.de](http://www.verkaufsergebnisse.de)