

Diplom Betriebswirt Bernd Rehbergs Praxis-Tipps
für Führungskräfte im Verkauf



Stille Nacht? Noch nicht bei Ihnen!

Viele Unternehmen und Verkaufsteams haken – oft unbewusst – das Jahr schon im November gedanklich ab. Die Tage werden immer kürzer, die Feiertage stehen kurz bevor – „und dann ist ohnehin schon alles zu spät“, denken nicht wenige, die im Verkauf arbeiten. Und schrauben ihr Engagement entsprechend zurück. Stille Nacht ...

Das ist Ihre Chance, wenn Sie mit Ihrem Team gerade zu diesem Zeitpunkt richtig Vollgas geben. Während zahlreiche Mitbewerber ihr Engagement zurückschrauben oder angesichts der bevorstehenden Feiertage nur noch an das nächste Jahr denken, starten Sie auf der Zielgeraden noch Aktionen, die genau auf diesen Termin zugeschnitten sind.

Das Schwerpunkt-Thema dieser Ausgabe gibt Ihnen auf den beiden folgenden Seiten eine ganze Reihe von Ideen und konkreten Strategien sowie Tipps dazu.

Wenn Sie sich die sechs Strategien gleich anschauen, werden Sie allerdings sehen: Es geht hier nicht um die typischen Weihnachtsverkäufe, bei denen Rabattaktionen mit ein wenig Lametta und den unvermeidbaren Ho-Ho-Ho-Werbesprüchen auf Weihnachten getrimmt werden. Solche Aktionen können schnell schädlich sein und auf Kosten der Erträge im nächsten Jahr gehen.

Die Ideen und Strategien, die Sie jetzt starten, haben idealerweise mehr als nur einen kurzen Stroheffekt. Wenn Sie Ihren Endspurt auf der Zielgerade überlegt angehen, profitieren Sie nicht nur kurzfristig beim Umsatz 2016 davon. Dann gewinnen Sie auch schon Schwung für einen erfolgreichen Start ins Jahr 2017.

Ihr

Diplom Betriebswirt Bernd Rehberg

Den Titelbeitrag können Sie auch als
Audio-Datei zum Hören herunterladen:

www.rehberg.intem.de/coaching-brief/leser-service.php

Inhalt

- Mehr Umsatz auf der Zielgeraden: 6 Strategien, um in den letzten Wochen des Jahres noch Abschlüsse zu machen
- In 5 Sekunden noch sympathischer: 3 Methoden, mit denen Sie andere Menschen dazu bringen, Sie sofort zu mögen
- Raus aus dem Hamsterrad: 2 einfache Tipps, mit denen Sie Abwechslung in den Verkaufstag bringen

Kontakt:

Diplom Betriebswirt Bernd Rehberg
Excellence Center Bayern & Baden-Württemberg
Neurieder Str.1 • 82131 München-Gauting
Tel. +49 89 318 673 64 • Fax: +49 6221 825 601
www.rehberg.intem.de
b.rehberg@intem.de

Brauchen Sie noch einen letzten Schub, um Ihre Ziele 2016 sicher zu erreichen. Oder wollen Sie Momentum aufbauen, um die Ziele zu übertreffen und dynamisch ins neue Jahr zu starten? Hier sind 6 Strategien, um in den letzten Wochen des Jahres noch Abschlüsse zu machen und mehr Umsatz zu generieren.

Mehr Umsatz auf der Zielgeraden: 6 Strategien, um in den letzten Wochen des Jahres noch Abschlüsse zu machen

Strategie 1: Rufen Sie alle vorhandenen Kunden an

Immer wieder ist es verblüffend, dass viele Unternehmen gerade am Jahresende noch Budgets zur Verfügung haben, die sie ausgeben wollen. Wenn Sie jetzt Ihre guten Kontakte und Kunden durchtelefonieren, kann es häufig passieren, dass Sie genau im richtigen Moment anrufen und etwas hören wie: „Gut, dass Sie anrufen. Wir wollen noch bis Jahresende die Summe X in die Hand nehmen ...“

Extra-Tipp:

Viele Unternehmen und Verkäufer starten im November und Dezember Jahresend-Verkaufsaktionen mit besonders günstigen Preisen. Vermeiden Sie solche Aktionen! Denn Ihre Kunden lernen schnell. Sie werden im kommenden Jahr geplante Käufe aufschieben und auf das Jahresende legen, wenn wieder die gewohnte Rabattaktion zum Jahresende läuft. Unter dem Strich führen solche Aktionen deshalb spätestens im Folgejahr zu Ertragsverlusten.

Strategie 2: Denken Sie auch an besondere Kaufgründe – zum Beispiel an die Steuer

Nicht nur Budgets, die aufgebraucht werden müssen, können am Jahresende einen wirksamen Kaufgrund liefern – wie unter Punkt 1. Ihre Zielgruppe kann spezielle Gründe für eine Investition vor dem 31.12. haben. Ein Beispiel:

Die Steuer bei Kleinunternehmern, Selbstständigen und Freiberuflern. Diese Zielgruppe macht für die Steuer eine Einnahmen-Überschuss-Rechnung. Dabei kann es oft sinnvoll sein, am Ende des Jahres noch Gegenstände für den Betrieb zu kaufen, um sinnvolle Betriebsausgaben zu erzeugen, die den Gewinn und damit die Steuerlast des Jahres noch drücken, wenn sie bis zum 31.12. bezahlt werden. Allerdings kann die Investition nur in voller Höhe sofort als Betriebsausgabe geltend gemacht werden, wenn sie 410 € nicht überschreitet. Ist der Gegenstand teurer als 410 €, muss er über mehrere Jahre abgeschrieben werden. In diesem Fall kann aber ein Leasingvertrag mit einer hohen Sonderzahlung zu Beginn die gewünschte Steuerersparnis noch im auslaufenden Jahr bringen ...

Das Beispiel zeigt: Wer sich hier mit den steuerlichen Besonderheiten auskennt, kann in dieser Situation maßgeschneiderte Angebote für seine Zielgruppe machen.

Tipp: Sprechen Sie einmal mit Steuer- und Unternehmensberatern oder anderen Lieferanten, die sich auf Ihre Zielgruppe spezialisiert haben. Hier kristallisieren sich immer wieder interessante Besonderheiten heraus, auf die Sie Ihre Angebote saisonal zuschneiden können!

Strategie 3: Vermeiden Sie Panik und bieten Sie Coaching!

Die Zahlen stimmen noch nicht ... Die Ziele scheinen noch fern ... Die Wochen bis zum Jahresende werden immer weniger ... In dieser Situation können schnell Angst und Hektik aufkommen. Ihre wichtige Aufgabe als Führungskraft in dieser Situation:

Vermeiden Sie Panik – bei sich selbst und bei Ihren Mitarbeitern. Gerade erfahrene Kunden und Einkäufer spüren es sehr schnell, wenn ein Ver-



käufer nervös wird und dringend Umsatz braucht. Diese Situation nutzen Profi-Einkäufer eiskalt aus und versuchen, noch größere Rabatte herauszuschlagen als sonst.

Tipp: Geben Sie Ihren Mitarbeitern gerade in solchen Druck-Situationen Rückhalt, der das Selbstbewusstsein stärkt und Panik möglichst gar nicht erst aufkommen lässt. Zum Beispiel so:

- Schaffen Sie den Mitarbeitern Freiräume, indem Sie sie von zeitraubenden Routine- oder Büroarbeiten befreien, damit mehr Zeit und Konzentration für verkaufsaktive und erfolbringende Tätigkeit vorhanden sind.
- Machen Sie Ihren Mitarbeitern ein Coaching-Angebot, bei dem sie mit Ihnen das Vorgehen bei einzelnen Kunden besprechen.

Strategie 4: Nehmen Sie die Sache sportlich!

Arbeiten Sie mit Wettbewerben oder Bonus-Systemen, um Ihre Mitarbeiter zu motivieren? Dann können Sie jetzt noch eine Sonderaktion für die letzten Wochen des Jahres starten. Motto: „Wer jetzt noch X Verkäufe erzielt, bekommt noch einmal etwas extra!“

Die Wirkung: Ihre Boni haben Ihre Mitarbeiter schon das ganze Jahr über im Auge – sie haben sich daran gewöhnt und vielleicht sogar schon einen Gang zurückgeschaltet, wenn sich jetzt abzeichnet, dass sie ihre Boni bekommen werden oder nicht. Mit dem unerwarteten Extra-Bonbon können Sie noch einmal frischen Wind in Ihr Team bringen und neue Motivation für den Rest des Jahres schaffen.

Strategie 5: Kündigen Sie eine Preiserhöhung an

Mit Rabatten sollten Sie zum Jahresende möglichst nicht arbeiten – siehe Extra-Tipp auf Seite 2. Doch Sie können die Sache umdrehen und eine Preiserhöhung ankündigen, um den Umsatz anzukurbeln. Zum Beispiel so: Kündigen Sie allen vorhandenen und ehemaligen Kunden sowie Interessenten aus Ihrer Kartei an, dass Sie am 1.1.2017 die Preise erhöhen werden, weil sie dann ein neues Modell oder einen neuen Service anbieten. Wichtig dabei ist natürlich, dass die Preiserhöhung tatsächlich erfolgt und nicht nur vorgetäuscht ist. Bieten Sie gleichzeitig an: Wer jetzt noch in 2016 ordert, sichert sich noch letztmalig den alten Preis.

Strategie 6: Noch ein persönlicher Anruf – nicht nur Karten oder Weihnachtsgeschenke

In den letzten Wochen vor Weihnachten versenden viele Unternehmen Karten, Grüße oder Geschenke. Unabhängig davon, was Ihr Unternehmen versendet – Sie können selbst mehr machen:

Rufen Sie Ihre Kunden noch einmal persönlich an! Wünschen Sie frohe Weihnachtstage und vor allem: Bedanken Sie sich für die Zusammenarbeit und für das Geschäft, das Sie in 2016 mit dem Kunden machen durften. Das stärkt nicht nur die Beziehung – ein häufiger Nebeneffekt ist auch: Der Kunde verabredet mit Ihnen oft von sich aus das nächste Gespräch oder kündigt bei der Gelegenheit das nächste gemeinsame Projekt im kommenden Jahr an.

Tipp: Starten Sie Ihren Weihnachts-Anruf, der als Nebeneffekt oft interessante Zusatzgeschäfte ermöglicht, aber nur dann, wenn Ihr Dankeschön von Herzen kommt und wenn Sie sich wirklich mit dem Kunden verbunden fühlen. Sonst merkt der Kunde schnell – vielleicht unbewusst –, dass es sich nur um Berechnung oder eine verdeckte Verkaufsanbahnung handelt. Der Anruf wirkt nur dann, wenn Sie ehrlich dankbar sind!

In 5 Sekunden noch sympathischer: 3 Methoden, mit denen Sie andere Menschen dazu bringen, Sie sofort zu mögen

Kennen auch Sie die Menschen, denen die Sympathien nur so zufliegen? Verkäufer, die sich sofort mit jedem verstehen? Immer wieder heißt es, dass solche Menschen ein Naturtalent für den Umgang mit Menschen haben ... Doch wenn Sie genau hinschauen, machen Sie auch eine Entdeckung:

Es gibt bestimmte Verhaltensweisen, mit denen Sie sofort die Sympathie, das Vertrauen oder die Zuneigung fremder Menschen gewinnen. Diese Gesten und Verhaltensweisen können Sie trainieren und ganz natürlich einsetzen – und damit Ihre Chancen weiter steigern, um sofort in den ersten Sekunden einen guten Draht zu Neukunden aufzubauen, denen Sie zum ersten Mal begegnen. Hier sind drei dieser Verhaltensweisen – probieren Sie sie einfach aus:

Extra-Tipp:

Trainieren Sie auch einen sympathischen Händedruck: Zu kurz, zu lang, zu fest, zu schlaff ... all das kann unangenehm wirken. Trainieren Sie mit einem Kollegen Ihres Vertrauens die richtige Länge und Stärke: Optimal sind 3 bis 5 Sekunden.

Mein Extra-Service:

Ich habe für Sie 6 Tipps zusammengestellt, mit denen Sie sich in positive Stimmung bringen. Die Checkliste können Sie kostenlos mit dem Formular auf Seite 6 anfordern.

1. Augenkontakt schafft Sympathie

Menschen mögen es, wenn Sie ihnen offen und freundlich in die Augen schauen! Am besten mit einem offenen und ehrlichen Lächeln. Doch das ist gerade unter Stress nicht immer einfach. Überraschend viele Verkäufer haben Probleme damit. Hier ist eine Methode, um diesen interessierten Blick zu trainieren:

Wenn Sie abends entspannt fernsehen, schauen Sie allen Personen, die auf dem Bildschirm auftauchen, als Erstes in die Augen, und versuchen Sie, ihre Augenfarbe herauszufinden. Sagen Sie sich dann innerlich die Farbe. Versuchen Sie das dann am nächsten Tag im wirklichen Leben. Effekt: Sie schauen interessiert und offen in die Augen der Menschen, denen Sie begegnen.

2. Ergreifen Sie die Initiative

Menschen mögen es, wenn ihnen der erste Kontakt leicht gemacht wird. Ergreifen deshalb immer Sie die Initiative beim Kennenlernen, bei der Vorstellung, bei der Begegnung. Seien Sie stets der Erste der Hallo sagt!

3. Lehnen Sie sich leicht nach vorn

Das ist ein wenig bekanntes Geheimnis wirksamer Körpersprache: Wenden Sie sich nicht nur Ihrem Gesprächspartner zu, lehnen Sie sich auch leicht auf ihn zu. Gemeint ist eine leichte, angedeutete Beugung des Oberkörpers zu Ihrem Gesprächspartner hin.

Das kaum merkliche Beugen signalisiert dem Gesprächspartner, dass Sie sich voll und ganz ihm zuwenden. Wichtig: Dieses Beugen ist nur angedeutet – Sie dürfen Ihrem Gesprächspartner keinesfalls auf die Pelle rücken und zu nah an ihn heranrücken.

Wer mit seinem Team viel leistet und immer wieder ehrgeizige Ziele erreicht, lebt auch mit einem Risiko: Burn-out oder Überlastung können den Erfolg gefährden. Denken Sie deshalb als Führungskraft an Maßnahmen, mit denen Sie den Spaß am Verkauf auch nach Jahren wachhalten und lähmende Routine durchbrechen.

Raus aus dem Hamsterrad: 2 einfache Tipps, mit denen Sie Abwechslung in den Verkaufsalltag bringen

Alltagstrott ist eine der größten Gefahren für Sie und Ihr Team. Wenn alles immer so weiterläuft, wie es schon immer lief, sind auch überdurchschnittliche Erfolge ausgeschlossen. Sorgen Sie als Führungskraft dafür, dass der Trott keine Chance hat. Zum Beispiel mit diesen beiden Organisations- und Motivations-Ideen:

Tipp 1: Stellen Sie regelmäßig alle Gewohnheiten infrage

Das ist eine tolle Idee, die Sie gut für sich selbst als Führungskraft, aber genauso gut im Team nutzen können. Stellen Sie sich einfach die Frage: „Wenn das heute mein erster Tag in meinem Job wäre, was würde ich weglassen?“

Extra-Tipp:

Als Führungskraft sollten Sie regelmäßig prüfen, welche Ihrer Arbeiten und Aufgaben Sie an Ihre Mitarbeiter delegieren können. Das hat einen doppelten Effekt: Sie entlasten sich selbst und beugen so dem Hamsterrad-Effekt vor. Gleichzeitig geben Sie Ihren Mitarbeitern neue Verantwortungsbereiche, die für Abwechslung und neue Herausforderungen sorgen.

Merken Sie, wohin diese Frage führt? Zu all den Punkten im Alltag Ihres Verkaufsteams, die lästig, langweilig, hemmend und demotivierend sind. Möglicherweise haben sich Besprechungen, Berichte oder Gewohnheiten eingeschlichen, die eigentlich überflüssig sind und nur dazu führen, dass sich alle mit sich selbst beschäftigen – aber weniger verkaufen.

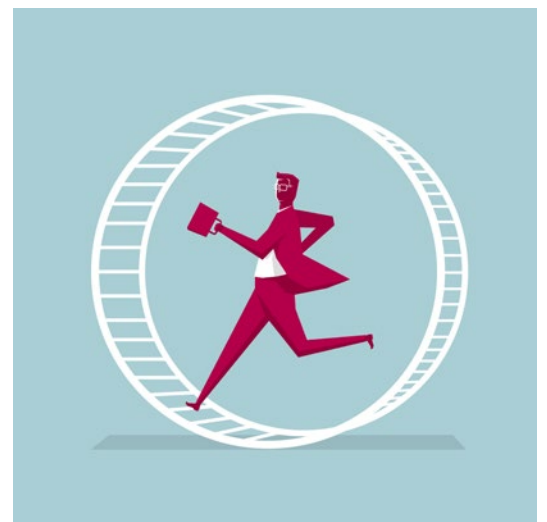
Stellen Sie sich als Teamleiter regelmäßig diese Frage, wenn Sie das Gefühl haben, auf der Stelle zu treten. Und werfen Sie diese Frage in die Runde, wenn Sie in einer Teambesprechung eine nachlassende Motivation spüren.

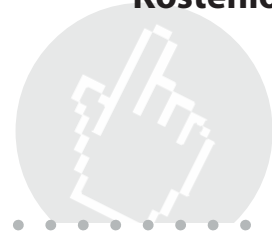
Tipp 2: Arbeiten Sie mit ungewöhnlichen Zielen

Ziele sind wahrscheinlich eines der wichtigsten Führungsinstrumente. Realistische und gleichzeitig ehrgeizige Ziele können eine große Wirkung erzielen. Doch möglicherweise kennen Sie auch die andere Seite der Medaille:

Wer sich jahrelang immer wieder nach hochgesteckten Zielen reckt, kann müde werden und sich wie im Hamsterrad fühlen. Arbeiten Sie deshalb auch mit Variationen oder mit ungewöhnlichen Zielen. Beispiel: Über Jahre sind Ihre Mitarbeiter gewöhnt, allein mit quantitativen Umsatzzielen zu arbeiten. Sie spüren hier Abnutzung. Dann setzen Sie in 2017 zusätzlich auf andere qualitative Ziele. Beispiel dafür sind etwa:

- erfolgreiche Einarbeitung neuer Mitarbeiter
- Entwicklung einer Nutzenargumentation für ein neues Produkt
- Steigerung der Kundenzufriedenheit





Checkliste: So bringen Sie gute Stimmung mit und gewinnen die Sympathie von Neukunden

Eine positive Stimmung ist entscheidend dafür, ob Sie die Sympathie von Neukunden möglichst sofort gewinnen. Die Herausforderung für Sie und Ihre Mitarbeiter: Wie bringen Sie sich vor jedem Kundenkontakt in eine gute Stimmung, auch wenn die Arbeit stressig ist oder wenn gerade ein Misserfolg auf die Laune drückt? In einer Checkliste habe ich Ihnen 6 Tipps zusammengestellt, mit denen Sie sich jederzeit in positive Stimmung bringen.

Die Checkliste schicke ich Ihnen umgehend kostenlos per E-Mail als PDF-Datei zu, wenn Sie auf den folgenden Link klicken!

www.rehberg.intem.de/coaching-brief/leser-service.php

Oder schicken Sie den folgenden Coupon ausgefüllt an meine Fax-Nummer.

Fax +49 6221 825 601

Ja, bitte senden Sie mir die Checkliste zur Sympathie kostenlos zu.

Vorname/Name

Firma

Straße/Postfach

PLZ/Ort

E-Mail-Adresse

Ich habe eine Frage zu diesem Coaching-Brief – bitte rufen Sie mich dazu an! Sie erreichen mich am besten:

Datum

Zeit

Tel.-Nr.

Tun Sie einem Freund oder Bekannten etwas Gutes! Tragen Sie hier Namen und E-Mail-Adresse eines Freundes oder Bekannten ein. Dann sende ich ihm diese Ausgabe des Coaching-Briefs mit einem freundlichen Gruß von Ihnen:

Vorname/Name

E-Mail-Adresse