

Dirk Schmidt ^{mit} dt

Wenn Sie wüssten, was Sie können

DU BIST DAS PRODUKT

DAS
BUCH
ZUM
SEMINAR

Erfolgreich verkaufen in 8 Schritten

Warum Deine Persönlichkeit und Motivation entscheidend sind

amade
VERLAG

Empfohlen vom:
DEUTSCHER
MANAGERVERBAND

© Alle Rechte vorbehalten

1. Auflage 2015

Copyright: amade Verlag

ISBN: 978-3-9815194-8-8

„Ein sehr guter Überblick über alles, was Verkäufer und vor allem Verkäuferpersönlichkeiten wissen müssen, um erfolgreich zu sein – kurzweilig und unterhaltsam, informativ und fundiert, humorvoll und vor allem ... wahr. Denn nicht das Produkt entscheidet, sondern der Verkäufer. ‚DU bist das Produkt‘ erklärt anschaulich, wie Persönlichkeiten und Typen sich ihren Markt schaffen.“



Falk S. Al-Omary

Vorstandsvorsitzender Deutscher Managerverband e.V

Du willst etwas verkaufen? Dann braucht Dein Produkt ein Alleinstellungsmerkmal und muss richtig klasse sein. Ohne das geht nichts, heißt es.

„**Alles Quatsch**“ meint hingegen der Motivationstrainer und Top-Verkäufer Dirk Schmidt. Vergiss das Produkt. **DU bist das Produkt.**

DU musst klasse sein. Schließlich willst **DU** auch verkaufen. Also sei ein Typ und verkaufe.

Entscheidend für den Erfolg im Verkauf ist alleine Deine Fähigkeit, andere Menschen emotional zu erreichen. Engagiert. Empathisch. Authentisch. Mit Persönlichkeit, Gelassenheit, Cleverness, geschickter Kommunikation und den richtigen Fragen an Deine Kunden.

Hier erfährst Du in acht praxisorientierten Schritten, wie Du auf die emotionale **Insel** des Interessenten kommst, wie Du erfährst, was er wirklich will, was einen persönlichen Kundennutzen ausmacht, wie Du Einwände von Vorwänden unterscheidest und warum Du Fehler machen musst, um besser zu werden.

Dirk Schmidt muss es wissen. Er plaudert aus dem Nähkästchen zwanzigjähriger Verkaufs- und Vertriebspraxis. Vom Trainee bis zum Inhaber und Geschäftsführer eines Autohauses hat er sich hochgearbeitet – oder besser gesagt „hochverkauft“. Heute zählt er zu den gefragtesten Experten für Motivation und innere Einstellung, die Basis für erfolgreiches Verkaufen.

Lies dieses Buch. Du wirst Augen machen. **Und mehr Umsatz.**

DU BIST DAS PRODUKT

Das Verkaufsseminar

„ ... Kurz und bündig: Sie waren alle rundum begeistert! Ich hatte sogar das Gefühl, um es bildlich zu beschreiben, dass unsere Außendienstler FLÜGEL bekommen haben und vor Kraft strotzen!“

Annette Assfalg CEO, Assfalg GmbH, Schwäbisch Gmünd

Erleben Sie
Dirk Schmidt LIVE
bei seinem aktuellen Verkaufsseminar

DU bist das Produkt

Erfolgreich verkaufen in 8 Schritten

Hier erfahren Sie, warum Ihre
Persönlichkeit und **Motivation**
entscheidend für Ihren **Verkaufserfolg** sind.

Infos und Termine finden Sie unter:
www.dirkschmidt.com/dbdp



Vorwort

Zum Thema Verkaufen wurde schon viel gesagt und geschrieben. Doch nicht immer das, worauf es ankommt, wenn Du Kunden nicht nur gewinnen, sondern auch behalten möchtest.

Als ich 14 Jahre alt war, erarbeitete ich mir in den Sommerferien mein erstes Mofa. Natürlich hätte ich auch weiterhin mit dem Fahrrad fahren können. Aber alle meine Freunde hatten ein Mofa. Also brauchte ich auch eins.

Das Mofa kam für mich nur von einem bestimmten Händler in Frage. Weil es **DER** Händler in der Region war. Dabei war er weder günstig noch nah. Im Gegenteil. Es dauerte fast zwei Stunden bis wir mit dem Mofa dort ankamen und für Ersatzteile nahm er Apothekenpreise. Das machte uns nichts aus. Denn wir wussten, dass wir bei ihm stets willkommen waren. Auch wenn wir kein Mofa kauften oder seinen überkauften Reparatur-Service nicht in Anspruch nahmen.

Manchmal fragten wir den Händler einfach, wie wir ein Problem selbst beheben könnten. Er hatte immer einen flotten Spruch auf Lager und half uns weiter. Das gab uns dieses gute Gefühl, dass er uns ernst nahm. Nicht nur als Kunden, sondern als Menschen; als Teenager mit Träumen und großen Plänen. Insofern kaufte ich dort nicht nur mein Mofa. Ich erwarb quasi einen Teil von ihm selbst, weil mich die Persönlichkeit dieses Mannes begeisterte.

In dieser Zeit begann ich selbst mit Ersatzteilen für Mofas zu handeln. Es ergab sich aus der Situation heraus, da ich meinen „heißen Ofen“ ständig verändern und verbessern wollte. Ein Teil ersetzte das andere und die übrig gebliebenen Teile mussten ja irgendwo hin. Also verkaufte ich sie an Freunde, an Bekannte und an Bekannte von Bekannten.

Im Laufe der Zeit merkte ich, wie ich mich für den Handel mit diesen Produkten immer stärker zu interessieren begann. Vor allem faszinierte mich die Kunst des Verkaufens. Dabei ging es weniger um die Produkte an sich. Es waren die zwischenmenschlichen Aspekte, die mich zum Denken und Handeln anregten. Denn ein Ersatzteil konnte noch so gut sein, wenn ich mich nicht mit dem Käufer beschäftigte, mit seiner Persönlichkeit und mit seinen Bedürfnissen, bekam ich nicht annähernd den angestrebten Preis. Entsprechend war es umgekehrt. Entstand ein positiver persönlicher Bezug zwischen dem Käufer und mir, erzielte ich Preise, an die ich teilweise nicht zu denken wagte.

Als ich mit meiner Mutter darüber sprach, meinte sie:

„Es ist egal, was Du verkaufst. Es kommt darauf an, WIE Du es verkaufst.“

Wie Recht sie hatte, merkte ich, als ich den Verkauf und Vertrieb zu meinem ersten Berufsfeld machte. In diesen zwanzig Jahren – vom einfachen Verkäufer bis zum Inhaber eines Autohauses – behielt ich diese Erfahrungen stets in meinem mentalen Marschgepäck. Dazu kam eine weitere Erkenntnis: Es nützt Dir nichts, wenn Dein Produkt zurückkommt. Du profitierst dafür umso mehr, wenn dein Kunde zurückkommt. Und zwar zu **DIR**. Nicht nur zu Deinem Produkt. Weil **DU** es bist. Überzeugend in Deinem Auftreten. Sicher in Deiner Argumentation. Verlässlich in der Berücksichtigung der Bedürfnisse Deines Gegenübers. Deshalb ist es **DEIN** Kunde. Die Frage nach einer Alternative stellt sich für ihn gar nicht mehr. Für ihn bist **DU Dein Produkt**.

Als ich vor über zehn Jahren mein „zweites“ Leben als Mental- und Motivationstrainer startete, war es mein Antrieb, dieses Wissen weiter zu geben. An alle, die daran glauben möchten, dass die eigene Einstellung und der eigene Wille **DIE** entscheidende Basis für jeden Erfolg im Leben bilden. Für jedes entwickelte und erfolgreich realisierte Projekt. Für jeden erfolgreich akquirierten und zufriedenen

Kunden. Wesentlich ist nicht das Was. Wesentlich ist immer das **WIE**. Wie dieses **WIE** funktioniert, beschreibe ich in diesem Buch. Hier und da wirst Du Dich vielleicht bestätigt, manchmal provoziert fühlen. Das ist gut so, denn es bringt Leben in Dein Denken und in Dein Handeln. Alles, was Du für dieses Buch brauchst, ist Offenheit gegenüber neuen Denkanstößen, vor allem jedoch gegenüber Dir selbst und den Fähigkeiten, die in Dir stecken.

Wie Du, lieber Leser, bereits gemerkt hast, duze ich Dich. Das hat seinen Grund. Denn dieses Buch gibt es auch in Form eines Verkaufsseminars. In diesem Seminar duze ich die Teilnehmer auch. Da finde ich es nur konsequent, wenn ich es hier genauso halte.

Vielleicht wirst Du Dich wundern, dass Du in diesem Buch das Wort Verkäuferin, Kundin oder Leserin nicht finden wirst. Dafür Interessent, Kunde, Käufer, Verkäufer, Vertriebler und Außendienstler.

Ich habe mich bewusst dafür entschieden, keine explizite Trennung der Geschlechter vorzunehmen. In meinem Verständnis beziehen sich Begriffe wie Kunde und Verkäufer auf beide Geschlechter, da ich die Dinge möglichst einfach halten möchte.

Wir alle wissen, dass wir viel falsch machen können. Wir können aber auch sehr viel richtig machen. Wenn wir es wollen.

Möge Dir dieses Büchlein auf Deinem Weg ein guter und nützlicher, vielleicht sogar täglicher Begleiter sein.

Dein
Dirk Schmidt



www.dirkschmidt.com

Vorwort	9
Kapitel 1 - Die Vorbereitung	18
<hr/>	
1.1. Die Motivation	
Warum Deine innere Einstellung entscheidend für Deinen Erfolg im Verkauf ist	21
1.2. Feuer frei	
Warum Du für Dein Angebot nicht zu sterben brauchst, aber dafür brennen musst	24
1.3. Vergiss das Produkt - DU bist das Produkt	
Warum Du nur mit eigenen Stärken ein Produkt verkaufst	28
1.4. Die „suboptimale Erscheinung“	
Warum Dein Erfolg bei der Farbe Deiner Socken beginnt	31
1.5. Telefon, Kalender, Ausstrahlung	
Was Du für einen Termin brauchst – und was Du wirklich brauchst	34
1.6. Es gibt kein Blamieren	
Warum Du Fehler machen musst, um besser werden zu können	38
Kapitel 2 - Die Kontaktphase	42
<hr/>	
2.1. Lachen	
Die kürzeste Verbindung zwischen zwei Menschen	45

2.2. Der erste Eindruck	
Wie Du in Sekundenbruchteilen den Kunden für Dich gewinnst – oder in die Flucht schlägst	47
2.3. Erst ankommen, dann reden	
Was eine gute Begrüßung ausmacht	50
2.4. Reden ist gut, Wirken ist besser	
Die drei Bestandteile Deiner Ausstrahlung	54
2.5. Schön, dass ich da bin	
Wie Du mit Deiner Körpersprache authentisch bleibst	58
Kapitel 3 - Die Gesprächseröffnung	62
3.1. Die Insel des Kunden	
Wie es gelingt, Deinen Interessenten auf emotionaler Ebene zu öffnen	64
3.2. Sprich „kundisch“	
Warum es wichtig ist, die Sprache des Kunden zu sprechen, damit er Dich versteht	68
3.3. Man-fred muss draußen bleiben	
Warum Du nie das Wörtchen „man“ verwenden solltest	71
3.4. Da oben wird nichts verkauft	
Warum Du als Schöngeist nichts erreichst, dafür mit Klartext umso mehr	73

Kapitel 4 - Die Bedarfsanalyse	76
4.1. Sprich nicht zu viel, schweig nicht zu wenig Was wir überhaupt bewusst im Kopf behalten können	79
4.2. Wer fragt, der führt Wie Du gute Fragen stellst, so dass Dein Erfolg beim Kunden nicht in Frage steht	85
4.3. Von der offenen Frage bis zur Aktivierungsfrage Über die verschiedenen Frage-Formen	88
4.4. Hören ist nicht gleich Verstehen Über aktives Zuhören und warum ein Lob nicht schadet	97
Kapitel 5 - Die Nutzenargumentation	100
5.1. USP? Du bist Dein USP! Wie Du es schaffst, dass Dein Kunde Dein Produkt nur bei Dir bekommen will	102
5.2. DAS hat nur er davon! Warum der individuelle Nutzen für Deinen Interessenten am wichtigsten ist	105
5.3. Kurz, knapp, konkret, sexy Wie Du Mehrwerte mit Leben füllst und den Kunden zum Denken anregst	108
5.4. Der Werkzeugkoffer in Deinem Kopf Wie Du jederzeit gute Argumente parat hast	111

Kapitel 6 - Einwände & Vorwände **116**

- 6.1. Wer will, sucht Wege – wer nicht will, sucht Gründe**
So unterscheidest Du Einwände von Vorwänden 118
- 6.2. Nimm's nie persönlich**
Über die wesentlichen Regeln für den Umgang mit Einwänden 120
- 6.3. Von der bedingten Zustimmung bis zur Judo-Methode**
Die verschiedenen Arten im Umgang mit Einwänden 122

Kapitel 7 - Der Verkaufsabschluss **126**

- 7.1. Win-Win ist King**
Warum Du stets die optimale Lösung für beide Seiten anstreben solltest 128
- 7.2. Dein Kunde ist König, aber Du bist nicht sein Untertan**
Warum es wichtig ist, sich auf Augenhöhe zu bewegen 131
- 7.3. Der Schnelldurchlauf**
So fasst Du die Vereinbarung mit Deinem Kunden effektiv zusammen 134
- 7.4. Auf Wiederschön!**
Wie Du dafür sorgst, dass Dein Kunde Dich in positiver Erinnerung behält 136

Kapitel 8 - Ausblicke & Impulse	138
8.1. Feedback in eigener Sache Wie Du Dich selbst überprüfen und optimieren kannst	140
8.2. Übung macht den Meisterverkäufer Wie Du Deine Frage-Technik und Deine Nutzenargumente trainieren kannst	141
8.3. Carpe Daimler Nutze die Fahrt: Wie Du auf dem Weg zum Kunden Deine Erfolgchancen vergrößern kannst	143
SIEG	147
Dirk Schmidt's Motivations-Treppe 10 Stufen zum Verkaufserfolg	148
Impressum	154
Quellenangaben und weiterführende Literatur	155



Kapitel 1

Die Vorbereitung

Nur in den seltensten Fällen stehen Kunden für ein Produkt Schlange. So wie wir es z.B. aus den Medien kennen, wenn das neue iPhone auf den Markt kommt. Warum tun sie das? Um ein reines Telefon kann es nicht gehen. Das bekommen sie an jeder Ecke. Aber wen interessiert schon, wer das neue SONY hat.

Beim iPhone ist das eben anders. Dafür liegen sich die Fans nachts den Rücken krumm oder frieren im Schlafsack. Und wofür? Um die Ersten zu sein. Die ersten Kunden, die dieses Produkt in den Händen halten. Als Trophäe ihrer Begeisterung. Als Belohnung für ihre Geduld. Als Ausgleich für ihre Anstrengung.

Ist es vernünftig, sich deswegen eine Lungenentzündung zu holen? In meinen Augen nicht. In Deinen Augen vielleicht auch nicht. Aber unsere Sicht spielt hier keine Rolle. Denn für eingefleischte iPhone-Fans ist es vernünftig. Sie bekommen einen exklusiven Mehrwert, einen individuellen Kundennutzen, den ihnen keiner mehr nimmt. Deshalb rollen sie auch für die nächste iPhone-Generation wieder ihren Schlafsack aus.

Nun gehe ich davon aus, dass Du nicht unbedingt iPhones oder Schlafsäcke verkaufst. Was hat also der iPhone-Hype mit Deinem beruflichen Alltag zu tun? Ganz einfach: Es geht darum, Vernunft fühlbar zu machen!

Denk ein wenig um die Ecke. Dem Kunden zu sagen, Du hättest ein tolles Angebot, das hört er zehn Mal am Tag. Ihn mit individuellen Lösungen und positiven Hinweisen zu überraschen, das erlebt er garantiert nicht so oft. Es geht darum, Türen zu öffnen. Die Türen zu Deinen Kunden. Am schnellsten öffnen sich Türen, wenn positive Dinge passieren, die wir weder erwarten noch täglich erleben.

Damit erreichst Du einen Interessenten auf seiner emotionalen Ebene und gibst ihm Gelegenheit, einen persönlichen Mehrwert für sich zu erkennen. Je besser Deine Nutzenargumente dabei sind, desto überzeugter wird Dein Gegenüber sein. Je sicherer Du dabei agierst, umso stärker wird der Preis für das Angebot in den Hintergrund geraten. Denn Dein Kunde merkt: Mit Dir, das fühlt sich gut an.

Wie Du Deine Kunden im Gespräch emotional begeistern kannst, wird ausführlich Thema in diesem Buch behandelt. Zunächst geht es darum, wie Du Deine eigene Begeisterung wecken und erkennen kannst. Denn die beste Verkaufsvorbereitung beginnt bei Dir selbst. Bei Deiner eigenen Ausstrahlung.

Je interessanter Du bist, desto einfacher wirst Du es Deinen Interessenten machen, zu tatsächlichen Kunden zu werden. Das mag anstrengend klingen, aber nicht nur meine eigene Erfahrung zeigt: Später hast Du es umso leichter.

1.1. Die Motivation

Warum Deine innere Einstellung entscheidend für Deinen Erfolg im Verkauf ist

Unser Gehirn ist ein hochkomplexes Organ. Milliarden von Zellen und tief verzweigte Verbindungen zwischen den verschiedenen Arealen machen es so gut wie unmöglich, alle mentalen Vorgänge in ihrer Gesamtheit zu analysieren.

Doch Wissenschaftler in aller Welt – Neurologen, Psychologen, Physiker, Chemiker, Sozialwissenschaftler – sind eifrig dabei, den Geheimnissen unseres Denkens auf den Grund zu kommen.

Was ich als Mental- und Motivationstrainer bereits mit Sicherheit sagen kann, ist Folgendes: Dein Denken beeinflusst auf entscheidende Weise Dein Handeln und damit auch Deinen Erfolg. Denn nur mit dem Denken alleine verkaufst Du nichts. Dein Denken bildet das Fundament für Deinen Willen und Dein Auftreten anderen Menschen gegenüber.

Je positiver Du über Dich selbst denkst, desto stärker wird Dein Selbstbewusstsein, umso besser Deine Ausstrahlung. Je positiver Du die Dinge betrachtest, die in Deinem täglichen Leben passieren, umso stärker wird Deine innere Motivation. Je stärker Du von dem überzeugt bist, was Du tust, umso größer wird die Wahrscheinlichkeit, dass Du Erfolg haben wirst.

Wenn Deine Motivation erst einmal entfacht ist, wird sie zum Kraftstoff, den Du Dir selbst verabreichst und damit zum Motor Deines Handelns. Daraus entsteht die Gelassenheit, die Deinen Kunden beeindruckt, die Courage, die Deinen Kunden fasziniert und Dein Engagement, das ihn schließlich überzeugt.

Nun lautet die entscheidende Frage: **WIE?** Wie weckst und stärkst Du Deine Motivation für den beruflichen Alltag? Und zwar am besten so, dass sie Dich einfach mitzieht, ohne – krass ausgedrückt – jeden Morgen über heiße Kohlen zu laufen, um zu spüren, dass Du noch lebst oder andere Dinge tun zu müssen, die Du im Grunde gar nicht willst.

Eine gute Methode ist die Entwicklung eines konkreten Ziels und dieses Ziel mit Leben zu füllen. Was willst Du erreichen in Deinem Leben? Ein schönes Haus mit Deiner Partnerin und Euren Kindern? Ein tolles Auto? Inneres Glück und Zufriedenheit? Schöne Ferien auf den Seychellen? Eine Runde Golf nach dem Morgenkaffee? Ein Leben in finanzieller Unabhängigkeit?

Was Deine Ziele sind, weiß ich nicht. Das ist auch nicht wichtig. Es ist umso wichtiger, dass **DU** Deine Ziele kennst. Und falls nicht, mein Tipp: Finde es heraus.

Warum machst Du das alles? Nur um jeden Morgen aufzustehen und zu funktionieren? Das kann es doch nicht sein. Werde Dir darüber bewusst, **WOFÜR** Du machst, was Du machst. Dann läuft Dein innerer Motor stabil. Vielleicht läuft er nicht andauernd so geschmeidig wie Du es Dir wünscht. Dein inneres Ziel und Dein Wille, dieses Ziel zu erreichen, sorgen jedoch dafür, dass er umso schneller wieder geschmeidig läuft. Mit dem schönen Nebeneffekt, dass andere Menschen dies ebenso merken wie Du selbst. Gehe von Dir selbst aus und stelle Dir vor, Du triffst jemanden – egal, ob Du diese Person schon kennst oder nicht – ihr kommt ins Gespräch darüber, warum dieser Mensch tut, was er in diesem Moment tut. Diese Person nennt Dir dafür – mit klarer Überzeugung – einen persönlichen Grund. Wie kommt das bei Dir an? Ich wette, es beeindruckt Dich mehr als wenn dieser Mensch erst einmal lange überlegen müsste. Menschen mit Plan erzielen eine stärkere positive Aufmerksamkeit als Leute, die bei solchen Fragen ins Stocken geraten.

Sobald Du Dein eigenes Ziel gefunden hast, bist Du bereits auf dem Weg dorthin. Jeder Gedanke, den Du im Kopf damit verknüpfst, bringt Dich ein Stückchen weiter. Jede Aktion auf dem Weg dorthin – und sei sie noch so klein – stimmt Deine Gefühlslage auf positive Art ein bisschen mehr darauf ein. Hierbei geht es nicht um den sogenannten großen Sprung. Dein Herz macht lieber kleine Sprünge. Hauptsache, es springt. Dorthin, wo Du in Deinem Kopf hin möchtest. Dafür ist Dein Herzblut da.

Ohne Ziel hat der Mensch kein Verhalten. Ist Dein Ziel dafür konkret, ist auch Dein Verhalten konkret und führt Dich zum Ziel. Dann verkaufst Du, weil Du es willst. Nicht, weil Du es musst. Das ist ein großer und entscheidender Unterschied.

Motivation ist die Fähigkeit, Fähigkeiten zu mobilisieren.

[Prof. Dr. Hans-Jürgen Quadbeck-Seeger]

1.2. Feuer frei

Warum Du für Dein Angebot nicht zu sterben brauchst, aber dafür brennen musst

Wenn Du weißt, was Du willst, kannst Du damit beginnen, den Weg zu Deinem Ziel zu gestalten.

Es geht darum, einen Plan zu entwickeln, der Dich beim Vorankommen unterstützt. Schritt für Schritt. Plan liest sich vielleicht etwas kompliziert. Das ist es nicht. Du brauchst weder eine Doktorarbeit zu schreiben noch ein dreidimensionales Lebensmodell anzufertigen. Plan ist aber der richtige Begriff. Denn es bedeutet, dass **DU** einen Plan für Dich selbst bekommst. Ganz egal, wie dieser Plan aussieht. Mit einem Plan wird das, was Du vorhast, konkret. Es nimmt Gestalt an. Zunächst in Deinem Kopf. Dann in Deinem täglichen Handeln. Schließlich auf dem Konto oder in anderen wichtigen Bereichen Deines Lebens.

Wie kann so ein Plan aussehen? Dafür möchte ich Dir ein Beispiel aus meinem Leben als Vertriebler geben:

Als ich vor vielen Jahren als Trainee bei einem Autohaus begonnen habe, schickte mich mein erster Chef direkt an die Verkaufsfrent. Damals hatte noch jeder Verkäufer einen eigenen Verkaufstisch. Dorthin kamen die Kunden und natürlich wollten sie wissen, mit wem sie es zu tun haben. Deshalb stand auf jedem Tisch das Namensschild des entsprechenden Verkäufers. So auch dem Tisch des unerfahrenen Trainees namens Dirk Schmidt.

Der Sinn des Namensschildes leuchtete mir ein. Keine Frage. Aber es war mir nicht genug. Also klebte ich auf die Rückseite des Schildes das Foto eines Strandes, das ich aus einem Urlaubskatalog ausgeschnitten hatte. Darauf klebte ich ein kleineres Foto, auf dem ich mit