

Die Fachzeitschrift für Finanzprofi's

procontraonline

procontra Newsletter

>>Jetzt hier anmelden<<

procontra > Berater > „Der Fachidiot schlägt den Kunden tot“

## „Der Fachidiot schlägt den Kunden tot“

15.11.2011 | Kategorie: Beratervon: Tina Gilic

- 
- 
- 
- 
- 

4 Stimmen



**Dirk Schmidt ist Verkaufstrainer, Autor und Redner. Bekannt wurde er aus TV-Sendungen wie „Der Motivator“ bei RTL. Zur Zeit ist er mit seinem Motivationstag „Gewonnen wird im Kopf“ auf Deutschland-Tour. procontra sprach mit dem Experten über Erfolg, die richtige Einstellung und Leistungssport.**

**procontra:** Herr Schmidt, Sie sind ein sehr erfolgreicher Motivationstrainer. Haben Sie ein Rezept für den Erfolg?

**Dirk Schmidt:** Ich denke, dass jeder Mensch ein einzigartiges Talent besitzt. Die Kunst im Leben ist es, dieses Talent aufzuspüren und für sich zu nutzen. Das was man tut, muss man lieben. Ich selbst war lange Zeit im Vertrieb und in der Automobilbranche tätig. Auf Dauer war das aber keine Herausforderung mehr für mich. Zwar wusste ich schon immer, was ich machen wollte, aber erst nachdem ich meine Ängste besiegt habe und meinem Herzen gefolgt bin, bin ich so erfolgreich geworden. Dazu braucht man natürlich auch noch ein Ziel, Strategien, den Willen, Geduld, Konsequenz und Disziplin. Das sind die wesentlichen Zutaten, die zum Erfolg führen.

**procontra:** Was unterscheidet Ihrer Meinung nach erfolgreiche von weniger erfolgreichen Menschen?

**Schmidt:** Wenn Menschen nur des Geldes wegen etwas tun, werden sie mittel- und langfristig nicht glücklich. Was man tut, muss man gerne tun.

Als ich damals beschlossen habe mich als Verkaufstrainer zu verselbstständigen, kamen viele Warnungen aus meinem Umfeld. Natürlich wäre es sicherer gewesen, in meinem alten Job zu bleiben und weiterhin gutes Geld zu verdienen. Aber es hätte mich persönlich nicht voran gebracht. Ich glaube nicht an Zufälle. Ich habe drei Jahre für meinen Erfolg gekämpft, bin immer wieder hingefallen und musste lernen mit Herausforderungen fertig zu werden. Meine finanziellen Reserven waren fast aufgebraucht, aber wenn der Druck groß genug ist, dann geht es auf einmal und man kommt in die richtige Bewegung. Man braucht den Willen zum Erfolg und man muss an sich glauben. Die größte Motivation kommt von Innen. Nach drei Jahren rief plötzlich RTL bei mir an. Damals konnte ich mein Glück gar nicht fassen.

**procontra:** Und wenn nichts klappen will, wie motiviere ich mich selbst?

**Schmidt:** Suchen Sie sich Menschen, die Sie voranbringen und positiv beeinflussen. Sich selbst von negativen Emotionen zu befreien ist nicht immer einfach. Deshalb sollte man jemanden haben, der einen konstruktiv unterstützt. Suchen Sie sich Vorbilder, die das erreicht haben, was Sie selbst gerne erreichen möchten. Natürlich darf ich niemanden kopieren und muss meinen eigenen Weg gehen. „Fange keinen Wettlauf mit anderen an, laufe gegen dich selbst!“ Aber wenn mir eine bestimmte Fachkompetenz fehlt, suche ich mir jemanden, der herausragend ist auf dem Gebiet.

-----

**procontra:** In Ihren Vorträgen verwenden Sie Strategien aus dem Leistungssport, um dem Publikum Erfolgskonzepte zu vermitteln. Wie sind Sie zu dieser Methode gekommen?

**Schmidt:** Das hat bei mir mit einer Wette begonnen. Ich hatte damals einiges an Übergewicht, wollte aber trotzdem Marathon laufen. Zeitgleich habe ich eine Ausbildung zum Sportmentaltrainer begonnen. Damals habe ich viel von Leistungssportlern gelernt: Sie haben ihre Ziele, Strategien, Training, haben ihr Talent und ihre Vorbilder. Sie eignen sich also hervorragend für Analogien zum Erfolg.

**procontra:** Was erwartet den Besucher auf ihren Motivationsseminaren?

**Schmidt:** Es kommt ganz darauf an, mit welchen Erwartungen und Fragen die Teilnehmer in meine Tagesveranstaltung „Gewonnen wird im Kopf – Ihr Motivationstag“ kommen.

Gibt es ein Ziel, das für mich unklar ist? Was macht eine starke Persönlichkeit aus? Wie finde ich meine Stärken? Wie bekämpfe ich meinen inneren Schweinehund? Wie entwickle ich neue Gewohnheiten, die ich dauerhaft einsetzen kann?

Das sind Dinge, auf die ich in meiner Veranstaltungen eingehe. Ich gebe konkrete Handlungsstrategien und Analogien aus dem

Leistungssport, die die Teilnehmer eins zu eins in ihrem beruflichen Alltag umsetzen können. Wir machen gemeinsam Übungen und ich zeige ihnen, wie sie aus ihren Wünschen konkrete Ziele formulieren. Wenn ich beispielsweise als Berater denke: „Ich will den Kunden nicht verlieren“, ist das ein Vermeidungsziel, das eine Negation beinhaltet. Das sind meist selbsterfüllende Prophezeiungen. Im Gegensatz dazu stehen Anstrebungsziele: Ziele und Wünsche werden konkret und emotional visualisiert und führen so letztendlich zum Erfolg.

**procontra:** Im Zuge der E-Krise haben Anleger das Vertrauen verloren. Wie kann ich als Makler tun, um dieses Vertrauen wieder aufzubauen?

**Schmidt:** Selbstvertrauen ist die Basis einer guten Geschäftsbeziehung. Erst wenn ich mir selbst vertraue, kann mir der Kunde vertrauen. Ich nehme die Dinge heute mit viel mehr Gelassenheit und nicht mehr persönlich. Darüber hinaus sollte man auch immer die ideale Lösung für den Kunden finden. Aber viel wichtiger als Produktwissen ist es, die emotionale Bindung zum Kunden aufzubauen: Der Fachidiot schlägt den Kunden tot.

**procontra:** Herr Dirk Schmidt, vielen Dank für das Gespräch.

Mehr zum Autor: [www.dirkschmidt.com](http://www.dirkschmidt.com)

Seite 1 2 | Artikel auf einer Seite

Ähnliche Artikel

1. [Erfolg ist Einstellung: Die wichtigsten Faktoren im Verkauf](#)
2. [Gewonnen wird im Kopf – Ihr Motivationstag](#)
3. [Wille schlägt Talent](#)
4. [Nach der Krise ist vor der Krise](#)
5. [„Starke Verkäufer ziehen starke Kunden an“](#)