

Grundlage für den betrieblichen Erfolg

# Die Meister-Persönlichkeit

„Je niedriger der Preis, desto unwichtiger ist die Persönlichkeiten des Verkäufers.“ Während es beim Kauf im Internet anonym zugeht und nur noch der Preis zählt, ist es bei den Handwerksleistungen ganz anders: Hier zählt vor allem der Mensch und die Kommunikationsstärke des Meisters bzw. Verkäufers.



**W**enn wir im Super-Billig-Discounter einkaufen, dann erwarten wir auch keine aufmerksame und zuvorkommende Beratung. Denn bei dieser Art von Einkauf ist vor allem der günstige Preis entscheidend. Die Discounter haben sich der Marktentwicklung angepasst. Sie werden überleben, wenn sie billiger sind als der Wettbewerb. Im Fachgeschäft ist dies anders. Hier spielt der Fachberater bzw. der Verkäufer eine sehr große Rolle

## Profi im Verkauf

Denn wann kaufen wir zu einem neuen Anzug auch noch ein farblich abgestimmte Hemd und die passende Krawatte? Nur dann, wenn wir beim entsprechenden Verkäufer ein rundum gutes Gefühl haben, ihm vertrauen, uns ernst genommen und verstanden fühlen. Diese Art der Beziehung gestaltet sich nicht zufällig, sondern geplant. Sie ist mit einem Wort: professionell. „Ja das kennen wir schon! Die schmieren uns Honig um den Mund, sagen dass wir gut aussehen, nur damit wir möglichst viele Klamotten kaufen.“ Natürlich gibt es solche Verkäufer. Aber kauft man dort mehr als man vorhatte? Schafft es ein solcher Verkäufer, Vertrauen zu Ihnen aufzubauen? Wohl kaum! Solche Verkäufer sind

schnell durchschaut und – wenn überhaupt – dann kauft man nur einmal und empfiehlt ihn nicht weiter. Den Unterschied zwischen Profis und Nichtprofis im Verkauf lässt sich daran erkennen, ob die Professionalität in der Persönlichkeit des Verkäufers verankert ist oder nicht. Die Profis arbeiten zuerst an ihrer eigenen Person bzw. Persönlichkeit. Sie üben sich im Umgang mit Menschen und werden nicht müde, ihr Handeln permanent zu überprüfen, um sich auf die Erfordernissen der Kunden einzustellen.

## Fachmann und Kundenfreund

Besonders im Handwerk hat diese Tatsache eine sehr weit reichende Bedeutung. Denn hier geht ohne den

menschlichen Kontakt gar nichts. Leider wird diese Tatsache immer noch bzw. immer wieder unterschätzt, ignoriert und achtlos heruntergespielt. Der Meister steht ganz lebendig mit seiner Person und allem was dazugehört im Mittelpunkt des Geschehens. Er bestimmt im Ursprung nicht nur, welche Leistungen angeboten und welche Produkte eingekauft werden und welche Qualität abgeliefert wird. Er ist auch dafür verantwortlich, welche Grundstimmung im Betrieb herrscht, welches Bild der Markt sich vom Betrieb macht und welche Kunden angezogen werden. Dies sind nur einige wichtige Punkte, die sich aus der Person des Chefs und Meisters nach heutigen Kriterien ableiten. Während die Meister auf der fachlichen Ebene keine andere Wahl haben, als sich mit neuen Techniken und Produkten auseinander zu setzen, wehren sich noch zu viele dagegen, auch als Verkäufer im Mittelpunkt des Geschehens zu stehen. Die Situation heute erfordert es aber, dass man sowohl auf der fachlichen Seite als auch auf der Kundenseite steht. Die großen Chancen des Handwerks liegen in der „Menschlichkeit“.

## Innere Einstellung

Die Bewertung einer Gegebenheit hängt im Wesentlichen von unserer inneren Einstellung ab: Glaubt man



ohnmächtig zu sein, ist man es auch. Wer denkt, nur Verlierer als Kunden anzuziehen, wird genau dies tun. Achten Sie auf Ihre Gedanken und Einstellung, denn Sie bestimmen Ihr Verhalten. Bei dieser Gelegenheit können Sie Ihre Erfahrungen überprüfen: Der heranwachsende Mensch hört in der Regel bis zu seiner Volljährigkeit bis zu 150 000 negative Aussagen über sich (Suggestionen) wie z.B.: „Das kannst Du nicht, das ist nichts für dich!“ oder: „Du bist zu dumm dafür, das schaffst Du nie.“ Prüfen Sie, in wie weit solche „gewohnten“ Einsprüche Sie blockieren und ändern Sie schnellstmöglich Ihre Einstellung hierzu. Der Einzige, der diese Hürden aus dem Weg schaffen kann, sind Sie selbst. Wenn Sie sich sagen, dass Sie den Spagat zwischen Technik und Verkauf schaffen, dann werden es schaffen bzw. eine Lösung dafür finden.

## Ziele beflügeln

Erfolgreiche Menschen (auch im Handwerk!) konzentrieren sich in der Hauptsache auf ihre Ziele. Wenn ein Ziel nicht erreicht ist, hinterfragen sie die Gründe: Was war die Ursache dafür? Welche Änderungen müssen künftig durchgeführt werden? Das Thema „Zielsetzung“ ist jedoch für viele ein weit reichendes Problem. Zuerst fällt es schwer, sich konkret in die Zukunft hineinzudenken und ein Szenario und Ziel zu definieren. Hinzu kommt die Angst, sich zu verschätzen und zu glauben, die Arbeit sei dann umsonst gewesen. Leider wird hierbei übersehen, dass Ziele motivieren und antreiben; sie wirken wie ein Navigationssystem und geben Sicherheit. Menschen mit klaren Zielvorstellungen sind nicht nur überzeugend in ihrem Auftritt, sondern schaffen es auch, andere Menschen zu begeistern. Sie strahlen Sicherheit und Selbstvertrauen aus.

## Kommunikative Unterschiede

Mit der Zielsetzung übernimmt die betreffende Person die Verantwortung für sich und seinen Betrieb. Ziele müssen jedoch kommuniziert werden, deshalb gilt: Kommunikation macht den Unterschied. „Macht hat, wer reden kann“, lautet ein Sprichwort. In der Tat ist Kommunikation das wichtigste Werkzeug bei der Realisierung

## Mach Deinen Markt!

- Handwerkerleistungen besser verkaufen
- Buchinfos: Autoren sind Burga Warrings und Uwe Engelhardt, 168 Seiten, 2007, Format 17 x 24 cm, ISBN 978-3-7783-0662-8, Holzmann Verlag, 34,90 € (zzgl. 4,90 Euro Versand)
- Inhalt:
  - Die Wahrnehmung des Marktes: Was hört der Markt über Sie? Was sieht der Markt von Ihnen?
  - Vom Erstkontakt über die Bedarfsabklärung bis zum Verkaufsabschluss
  - Vom Vertragsabschluss über die Kundenbetreuung bis zur Weiterempfehlung durch die Kunden
  - Schatzkiste A-Z: Angebotsaufwertung, Kommunikation, Mitarbeiterentlohnung Typberatung etc.
- Bestellung: Provice, 86899 Landsberg, Telefon (0 81 91) 98 52 16, Telefax (0 81 91) 98 52 79, [www.provice.net](http://www.provice.net)



von Wünschen und Zielen. Es geht z.B. darum, Mitarbeiter zu motivieren und Kunden von der Leistungsfähigkeit des Betriebs zu überzeugen. Gerade im Umgang mit Kunden, ob im Verkaufsgespräch oder bei der Reklamation, ist ein professioneller Gesprächsleitfaden eine wertvolle Hilfe. Wer ihn nicht hat, der riskiert, dass er je nach aktuellem Gemütszustand ein Gespräch oder eine Verhandlung führt und dabei den Kürzeren zieht. Für die Mitarbeiterführung ist eine positive Kommunikation unerlässlich. Bedenken Sie: Standardleistungen können Sie befehlen, Höchstleistungen jedoch nicht. Sie werden erreicht durch klare Anweisungen, Motivation und Zuspruch.

## Grenzstabilität steigern

Natürlich klappt nicht alles aufs erste Mal. Bleiben Sie deshalb ruhig, wenn z.B. ein Kunde oder Mitarbeiter nicht sofort richtig reagiert oder Sie versteht. Auch wenn Sie im Verhandlungsgespräch sind, ist es wichtig, ruhig und stabil zu bleiben. Eine gewisse Nervenstärke haben alle erfolgreichen Persönlichkeiten. Lernen Sie in Grenzsituationen gelassen zu bleiben, nicht nervös zu werden und nicht die Geduld zu verlieren. Auch Rückschläge werden Sie dann viel leichter verarbeiten, wenn Sie gelassen bleiben. Besonders in Verkaufsgesprächen ist dieses Verhalten unerlässlich. Der Kunde wird nicht sofort „Ja“ zu allem sagen, vor allem nicht zum Preis. Trainieren Sie diese Situationen in Ihren Gedanken. Bereiten Sie sich vor und lernen Sie aus allen Erfahrungen. So

entwickeln Sie sich weiter. Und vergessen Sie nicht, dass sich Ihr Verhalten auf Ihr gesamtes Umfeld auswirkt. Oder anders ausgedrückt: Wenn Sie nervös und hektisch werden, stecken Sie auch die Menschen in Ihrem Umfeld damit an.

## Neue Energien schöpfen

Häufig wird die eigene Leistungsfähigkeit überschätzt bzw. unterschätzt, weil kaum Zeit bleibt, um neue Energien zu tanken. Ob Sie Entspannung bei der Meditation, beim Spazierengehen, bei Familientreffen, beim Sport oder bei einem Hobby finden, ist ganz allein Ihre Sache. Solche Dinge geben Kraft und ermöglichen, sich gedanklich von all den Aufgaben kurzfristig zu distanzieren. Sorgen Sie deshalb unbedingt dafür, dass es diese Ruhe- und Erholungsphasen gibt und planen Sie sie bewusst in Ihr Leben ein. Holen Sie sich Zuspruch auch von außerhalb der Arbeit, denn es trägt wesentlich zum gesunden Selbstwertgefühl bei. Passen Sie gut auf sich auf, denn Ihre Gesundheit gibt es wie Sie nur einmal. Achten Sie auf Ihre Gedanken, denn sie werden zu Worten. Achten Sie auf Ihre Worte, denn sie werden zu Taten. Achten Sie auf Ihre Taten, denn sie werden beachtet.

.....  
 Unsere Autorin Burga Warrings führt die Vertriebs- und Marketingagentur Provice, 86899 Landsberg ([www.provice.net](http://www.provice.net)). Sie unterstützt mit Fachkompetenz und frischen Ideen Handwerksbetriebe auf ihrem Weg zur Alleinstellung.  
 .....