

# Inhalt

<b>1</b>	<b>Vorwort .....</b>	<b>11</b>
<b>2</b>	<b>Verkaufen mit Herz – Deine Werte wahren und trotzdem gut verkaufen .....</b>	<b>19</b>
	<b>Der Kunde kauft nicht nur dein Produkt, sondern vor allem deine Werte</b>	<b>21</b>
	<b>Altmodische Verkäufer verkaufen ohne Werte</b>	<b>25</b>
	<b>Stehe dazu, dass du verkaufst</b>	<b>27</b>
	<b>Verkaufe dich nicht unter Wert</b>	<b>28</b>
	<b>Finde dein Warum</b>	<b>31</b>
	<b>Deine Begeisterung als Verkäufer ist ansteckend</b>	<b>33</b>
	<b>Sind introvertierte Menschen die womöglich besseren Verkäufer?</b>	<b>34</b>
<b>3</b>	<b>Du verkaufst sowieso etwas – warum es nicht gleich gut machen? ..</b>	<b>37</b>
	<b>Warum viele Menschen nicht in den Vertrieb möchten</b>	<b>38</b>
	<b>Wir sind alle Verkäufer – ob wir es wollen oder nicht</b>	<b>40</b>
	<b>Wenn schon, denn schon – warum nicht gleich gut verkaufen?</b>	<b>43</b>

<b>4</b>	<b>Der Verkauf ist das Herzblut deines Geschäfts .....</b>	<b>47</b>
	<b>Der Vertrieb verankert dein Geschäft im Boden</b>	<b>47</b>
	<b>Der Vertrieb validiert das Unternehmenskonzept</b>	<b>49</b>
	<b>Der Vertrieb als Schnittstelle zwischen Kunde und Unternehmen</b>	<b>52</b>
	<b>Der Vertrieb zahlt dein Gehalt und das deiner Kollegen</b>	<b>53</b>
<b>5</b>	<b>Geld löst nicht alle deine Probleme – aber alle finanziellen .....</b>	<b>55</b>
	<b>Inwiefern Geld wichtig ist</b>	<b>56</b>
	<b>Warum es nicht Schlechtes ist, Geld zu verdienen – sogar viel Geld</b>	<b>57</b>
	<b>Unsere Wirtschaft dreht sich ums Geldverdienen</b>	<b>58</b>
	<b>Geld ist natürlich nicht alles</b>	<b>59</b>
<b>6</b>	<b>Verkaufen: Direkt. Ehrlich. Effizient ...</b>	<b>61</b>
	<b>Direkt verkaufen</b>	<b>62</b>
	<b>Ehrlich verkaufen</b>	<b>63</b>
	<b>Effizient verkaufen</b>	<b>64</b>
<b>7</b>	<b>Es beginnt mit dir .....</b>	<b>65</b>
	<b>Wie ich die Wichtigkeit meiner eigenen Haltung erkannte</b>	<b>66</b>
	<b>Haltung ist nicht gleich großes Ego</b>	<b>70</b>
	<b>Wie ich Haltung definiere</b>	<b>71</b>
	<b>WORKBOOK LEKTION I: HALTUNG</b>	<b>75</b>
	<b>Zusammenfassung</b>	<b>79</b>

<b>8</b>	<b>Über das (Verkaufen) Lernen</b> .....	<b>81</b>
	<b>Lerne durch Beobachtung</b>	<b>81</b>
	<b>Sei neugierig und hinterfrage</b>	<b>83</b>
	<b>Lerne, anstatt dich über Schlechtes zu empören</b>	<b>86</b>
	<b>Reflektiere nach Kundengesprächen</b>	<b>87</b>
	<b>WORKBOOK LEKTION II: LERNEN</b>	<b>88</b>
	<b>Zusammenfassung</b>	<b>91</b>
<b>9</b>	<b>Von Fehlern und Risiken beim Verkaufen</b> .....	<b>93</b>
	<b>Der entscheidende Unterschied zwischen Risiken und Fehler</b>	<b>94</b>
	<b>Welche Risiken sich lohnen</b>	<b>96</b>
	<b>Bewahre deine Kunden vor unnötigen Risiken</b>	<b>97</b>
	<b>Lerne, mit deinen Fehlern offen und konstruktiv umzugehen</b>	<b>99</b>
	<b>WORKBOOK Lektion III: RISIKEN (UND FEHLER)</b>	<b>101</b>
	<b>Zusammenfassung</b>	<b>102</b>
<b>10</b>	<b>Die Schwachen werden die Starken sein</b> .....	<b>105</b>
	<b>Warum du die eigenen Schwächen gerne ausblendest</b>	<b>106</b>
	<b>Wie du Kritik in etwas Positives verwandelst</b>	<b>108</b>
	<b>WORKBOOK LEKTION IV: STÄRKE</b>	<b>112</b>
	<b>Zusammenfassung</b>	<b>114</b>
<b>11</b>	<b>Nimm Dein Umfeld mit</b> .....	<b>117</b>
	<b>Wieso dein berufliches Umfeld entscheidend ist</b>	<b>118</b>
	<b>Wieso ohne dein privates Umfeld gar nichts ginge</b>	<b>119</b>

	<b>WORKBOOK LEKTION V: UMFELD</b>	<b>122</b>
	Zusammenfassung	122
	Ehrlich verkaufen	123
	Versetze dich in die Lage des Kunden	126
	Steh dazu, dass du verkaufst	127
	<b>WORKBOOK LEKTION V: EHRlich VERKAUFEN</b>	<b>131</b>
	Zusammenfassung	134
<b>12</b>	<b>Effizient verkaufen .....</b>	<b>135</b>
	Verschwende keine Zeit mit Kunden, die ohnehin nicht kaufen werden	135
	Bleib bei deinem Angebot	136
	Sage Nein zu uninteressierten Kunden	138
	<b>WORKBOOK LEKTION VI: EFFIZIENT VERKAUFEN</b>	<b>139</b>
	Zusammenfassung	140
<b>13</b>	<b>Direkt verkaufen .....</b>	<b>141</b>
	Ein später gibt es nicht	142
	Höre zu und nutze deine Chance	147
<b>14</b>	<b>Verkaufen am Telefon .....</b>	<b>149</b>
	Inwiefern das Telefon ausgedient hat	150
	Nutze das Telefon als Akquise-Tool	151
	Digital verkaufen	152
	Sorge für eine erstklassige Verbindung	154
	Kleide dich professionell	155
	Schaffe einen professionellen Hintergrund	155
	Komm zum Punkt	157

<b>15 Ehrlich verkaufen auf Social Media ..</b>	<b>159</b>
<b>Nutze Social Media bewusst</b>	<b>160</b>
<b>Finde dein Warum</b>	<b>162</b>
<b>Gestalte dein Social-Media-Profil professionell, aber nahbar</b>	<b>166</b>
<b>Achte darauf, dass dein persönliches Profil präsentabel ist</b>	<b>167</b>
<b>16 Die Verkäufer der Zukunft .....</b>	<b>169</b>
<b>Der Verkäufer der Zukunft ist selbst die Marke</b>	<b>170</b>
<b>Der Verkäufer der Zukunft ist hybrid</b>	<b>170</b>
<b>Der Verkäufer der Zukunft ist durch und durch professionell</b>	<b>171</b>
<b>Der Verkäufer der Zukunft entwickelt sich ständig weiter</b>	<b>172</b>
<b>Der Verkäufer der Zukunft ist Optimist</b>	<b>173</b>
<b>Der Verkäufer der Zukunft kann Komplexität verarbeiten</b>	<b>174</b>
<b>17 Über den Autor .....</b>	<b>179</b>

Ich widme dieses Buch:

Meiner Frau und meinen beiden Söhnen.

Zudem ist es den vielen stolzen Verkäuferinnen und Verkäufern gewidmet, die jeden Tag mit viel Herzblut und Engagement ihre Kundinnen und Kunden auf dem Weg zu ihrer Kaufentscheidung begleiten. Ohne Verkäufer gäbe es keine Wirtschaft.

Danke, dass es euch gibt!

Lieber Leser, liebe Leserin,

es freut mich sehr, dass du dieses Buch in die Hand nimmst, um mehr über das Verkaufen zu lernen.

Für dich und für mich, ja für uns alle, die in Führung und Vertrieb tätig sind, ist die Vernetzung von größter Bedeutung. Deshalb lade ich dich in mein Netzwerk ein:

Sende mir gerne eine Vernetzungsanfrage auf LinkedIn und auch über eine persönliche Nachricht von dir freue ich mich:



Ich kann es kaum erwarten, tolle, interessierte, junge und alte Verkäufer:innen kennenzulernen und begleiten zu dürfen auf ihrer Reise zum Verkäufer mit Herz!

Im weiteren Verlauf des Buches verzichte ich im Sinne der Leserlichkeit auf das Gendern. Selbstverständlich ist dieses Buch dennoch für ALLE Menschen gedacht, die das Verkaufen erlernen oder sich darin verbessern möchten.

Viele Grüße

Dein Tobias Epple

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

# 3

## **Du verkaufst sowieso etwas – warum es nicht gleich gut machen?**

Die wenigsten Menschen fühlen sich automatisch zum Vertrieb hingezogen. Viele Menschen kostet es zunächst Überwindung und das ist vollkommen normal. Selbst wenn du eine entsprechende Vertriebsausbildung durchlaufen hast, fällt der Anfang oft schwer. Wie sieht deine Grundeinstellung zum Vertrieb aus? Verbindest du mit dem Verkaufen eher positive oder negative Assoziationen? Es hilft, sich die eigenen Einstellungen bewusst zu machen. So kannst du deine Vorurteile ausräumen und zu deinem Vorteil nutzen, denn viele deiner potenziellen Kunden teilen sie womöglich. Außerdem wirst du dich in deiner Rolle als Verkäufer deutlich wohler fühlen, sobald du die Vorurteile gegenüber deiner Vertriebstätigkeit klären konntest. In meinem Fall war die Einstellung zum Thema Vertrieb nie eine Frage. Unser Familienunternehmen wurde schon von meinen Großeltern gegründet und Geschäftliches nicht selten beim Mittagessen besprochen. Und auch mein Vater hatte, als mein Zwillingssbru-

der Felix und ich Kinder waren, einen gut laufenden Kfz-Betrieb. Bei uns zu Hause wurde deshalb fast zwangsläufig übers Verkaufen gesprochen. Immer und immer wieder. Ich habe daher sehr positive Assoziationen mit dem Thema Verkaufen. Für mich ist Vertrieb eine Lebensaufgabe und mit viel Respekt verbunden – Jeder verkauft sich und vermittelt seine Werte, ob im Beruf oder im Privaten. Du hast gar keine Wahl. Und wenn du keine Wahl hast, kannst du es auch gleich richtig machen – das ist meine Überzeugung. Nun hat nicht jeder einen so natürlichen Zugang zum Verkaufen. Lass uns also herausfinden, wieso sich zu Beginn so viele Menschen mit dem Thema Vertrieb schwertun und wie viel wirklich dran ist an den typischen Vorurteilen!

## **Warum viele Menschen nicht in den Vertrieb möchten**

Es gibt eine Reihe von Gründen, weswegen der Vertrieb auf manche Menschen zumindest am Anfang abschreckend wirken mag. Das fängt damit an, dass du als Vertriebler eine sehr große und direkt messbare Verantwortung für den Geschäftserfolg trägst. Der Umsatz ist immerhin für das Überleben der Firma verantwortlich. Dass deine Kollegen ihre Gehälter bekommen, hängt gewissermaßen an dir als Verkäufer. Daher ist der Umsatz auch die am häufigsten herangezogene Erfolgskennzahl und es liegt hauptsächlich am Vertrieb, diese oben zu halten. Diese direkte Verantwortlichkeit musst du wollen und mögen. Und so wird auch meist der Vertrieb zur Verantwortung gezogen, wenn der Umsatz einbricht oder die Erfolge ausbleiben. Damit musst du umgehen und als Verkäufer auch Durststrecken durchstehen können. Dein Durchhaltevermögen kann den

entscheidenden Unterschied zwischen einem mittelmäßigen und einem sehr guten Verkäufer machen. Wie Frank Pancetta, ein enorm erfolgreicher amerikanischer Vertriebsberater, es auf den Punkt bringt, kann es durchaus ein einziger weiterer Anruf sein, der den entscheidenden Deal landet:

*«Wenn es Zeit ist, Feierabend zu machen – tätige einen weiteren Anruf. »*

*- Frank Pancetta<sup>13</sup>*

Am besten hast du diesen Telefonanruf und alle weiteren, die du dir für den Tag vorgenommen hattest, natürlich schon vor Feierabend erledigt. Ich versuche das so oft wie möglich hinzubekommen, damit ich pünktlich aus dem Büro und nach Hause zur Familie komme. Auf der anderen Seite birgt eine Rolle im Vertrieb allerdings auch die großartige Chance, auf seine Arbeit eine direkte, positive Rückmeldung zu erhalten. Dieses Zitat des Gründers und Erfinders des Unternehmens Coca-Cola, John Pemberton, illustriert die entscheidende Funktion des Verkäufers:

*«Im ersten Jahr habe ich genau neun Flaschen verkauft. Nachdem ich einen guten Verkäufer gefunden hatte, wurden es ein paar mehr. »*

*- John Pemberton<sup>14</sup>*

Leider ein weiterer Punkt, der viele abschreckt, ist die Unplanbarkeit des Verkaufsprozesses. Schließlich hast du direkt mit anderen Menschen zu tun und deren Verhalten ist nun einmal nie vollständig vorhersagbar. Wie oft habe ich mich schon auf Verkaufsgespräche vorbereitet, nur um im direkten Kontakt mit dem Kunden meine Strategie spontan anpassen zu müssen. Denn man kann das Verkaufsgespräch noch so oft vorab im Kopf durchspielen, am Ende gilt: „Erstens kommt es anders und zweitens als man denkt!“ Für mich macht diese Unplanbarkeit die Spannung aus, die den Vertrieb nie langweilig werden lässt. Ich verstehe aber auch, dass das

# 10

## Die Schwachen werden die Starken sein

Vertriebler – und da zähle ich mich dazu – finden sich sehr oft ziemlich cool. Das gehört fast schon zum Jobprofil. Denn wenn du anderen, oft skeptischen Menschen etwas verkaufen möchtest, musst du schon eine gewisse Portion Selbstbewusstsein an den Tag legen. Aus eigener Erfahrung aber weiß ich, dass der Weg von gesundem Selbstbewusstsein zu leichter Selbstüberschätzung nicht allzu weit ist. Leider ist damit auch der Weg zum arroganten Besserwisser schnell gegangen. Da kommt meine nächste Lektion gerade recht. Denn ein arroganter Besserwisser darfst du ausschließlich sein, wenn du auch in der Lage bist, deiner schmerzhaftesten Niederlage erhobenen Hauptes ins Auge zu sehen und es anschließend besser zu machen. Nur, wer seine Schwächen kennt und akzeptiert, kann seine Stärken richtig einsetzen. Verkäufer und Schauspieler haben vieles gemeinsam, eine Sache aber besonders: Ein elementarer Teil ihrer Arbeit ist die Zurückweisung. Das kennt jeder von uns. Du bereitest dich auf deine Arbeitswoche vor, bist mit Eifer und Vollgas bei der Sache und dann? Kein Abschluss. Zweiter Termin? Kein Abschluss. Dritter Termin?