

Interview mit ERICH-NORBERT DETROY

zum Thema

Mit Begeisterung verkaufen!

Erich-Norbert Detroy (sein Branchenkürzel END) ist ein Garant für lehrreiche und zugleich unterhaltsame Seminare und Vorträge. Das bewies der „Preisapost“ schon seit über 25 Jahren.

Dementsprechend belebend und bereichernd wird es auch bei den

1. Internationalen Meraner Unternehmertagen (26./27. Mai 2006)

zugehen, die von ihm maßgeblich mitgestaltet werden.

Trendmail hat ihn interviewt zu der Frage des Gewinnens von begeisterndem Verkaufen.

Wie startet man das Verkaufen jeden Tag so, dass man gut im Rennen liegt?

Nun, ganz einfach, *freue* dich auf das Klingeln deines Weckers, *freue* dich auf deine Arbeit, *freue* dich auf das Verkaufen, *freue* dich auf deine Kunden, *freue* dich auf deine Erfolge! Alles im Leben ist nur eine Frage der Einstellung. Hier der Kunst der Entwicklung von Vorfreude.

Lässt sich eigenes positives Selbstwertgefühl auf seine Kunden ausstrahlen?

Natürlich. Der Kunde spürt unmittelbar ob ein selbstbewusster Mensch vor ihm steht. Wer sich selbst nicht mag, der wird auch nicht gemocht. Drum, sage JA zu dir selbst, egal ob mit abstehenden Ohren oder mit Hängebauch! Dich gibt's nur einmal, du bist ein Unikat, Mag dich selbst. Pflege dich, deine Erscheinung und dein Wesen. Man muss nur aufpassen vor übermäßiger Selbstliebe, also vor Narzissmus, denn dann wirst du abgelehnt.

Wie gewinnen Verkäufer überdurchschnittliche Anziehungskraft?

Verkäufer brauchen Ego drive, also Antrieb von innen. Sobald die Kunden spüren „*Der weiß, was er will!*“ sind wir auf dem richtigen Weg. Strahle Gesundheit und Fitness aus, lebe Freundlichkeit, mag deine Kunden und du wirst gemocht!

Wie verkauft man heute im harten Wettbewerb seine Produkte erfolgreich?

Die Hochachtung vor dem eigenen Produkt ist der Schlüssel für die Kundenüberzeugung. Denn wie wollen wir ihn begeistern, wenn wir von der eigenen Leistung nicht begeistert sind? Also, fange an, dich selbst zu faszinieren, Faszination kommt dir nicht zugeflogen, sie ist das Ergebnis eigenen aktiven Bemühens darum.

Und noch etwas, vergessen wir „*Selbstlob stinkt!*“, denn wie wollen wir Bewunderung ernten, wenn wir uns selbst nicht bewundern können?

Wie gelingt es neue Kunden schnell für sich gewinnen?

Die Power-Akquisitions-Schnellstraße ist geebnet, sobald der Kunde den Weg zu uns einfach und schnell findet. Darin müssen wir Meister sein. Nur wie: Bekanntes zieht an, Unbekanntes stößt ab. Mache dich sehr bekannt, verkaufe dich als Persönlichkeit, stelle dein Licht nicht unter deinen Scheffel-Ja, und dann ist wichtig, dass wir den Kunden gut kennen, seine menschlichen Bedürfnisse dürfen nicht tabu sein, denn darauf fährt er ab.

Wie lernt man seine Kunden wirklich kennen und kann auch die außergewöhnlichsten Kunden für sich gewinnen?

Indem wir versuchen Menschen sympathisch zu finden und sie nicht nur tolerieren, es ihnen auch zu zeigen. So strömt die Sympathie zurück. Nehmen wir einfach jeden Kunden so wie er ist, versuchen wir ihn nicht zu ändern, versuchen wir nur, etwas an ihm zu finden, was interessant oder wertvoll für uns ist.

Wie kann man ein persönliches Power-Reservoir für eigene Verkaufserfolge voll ausschöpfen?

Boris Becker sagte nach Misserfolgen: „Ich war heute mental nicht gut drauf!“ Mentale Kraft ist jedem zugänglich, wir müssen es nur wollen, denn unser Gehirn folgt nur unseren Befehlen. Will das Gute in dir, und es wird sich öffnen. Fordere dich selbst auf zu Spitzenleistungen, und du wirst sie erbringen.

Wie können wir den Wertewandel im Verkauf wertschöpfend verwerten?

Das sind im Wesentlichen 3 Faktoren:

Erstens. Geschwindigkeit wurde ein noch wichtigerer Erfolgsfaktor, wir müssen einfach die schnellsten sein.

Zweitens suchen die Menschen heute wieder mehr menschliche Nähe, wir müssen uns emotionaler mehr um sie kümmern.

Und *drittens* belohnen uns die Kunden, indem sie erkennen, dass wir emsiger sind, als alle anderen. Fleiß bekommt wieder seine Bedeutung, die er früher hatte, denn die Götter stellten vor den Preis den Fleiß.

Wie können wir mit positiver Kunden-Beziehungsqualität überdurchschnittliche Verkaufserfolge erzielen?

Natürlich war es früher einfach, mit Produkten, die einen hohen Prestigenutzen boten, hohe Preise zu erzielen. Doch in der heutigen Zeit, wo es nicht mehr so einfach ist, sich mit Mercedes und Rolex zu krönen, ohne die Missgunst der Nachbarn zu ernten, gibt es ein völlig neues Prestige: Es gilt die soziale Anerkennung, der gesellschaftliche Respekt, kurz, das Beziehungs-Prestige. Fragen wir uns: *„Ist der Kunde stolz, bei uns zu kaufen?“*

Tun wir alles, um diesen Stolz zu erreichen?

Wie kann man mögliche Konflikte mit Kunden bereits im Ansatz erkennen und vermeiden?

Konflikte sind zunächst nur sachlicher Natur, bekommen aber durch die Psyche eine besondere Brisanz. Der Spruch *„Lass' nichts anbrennen!“* meint, verunglimpfe niemand, polemisiere nicht, verniedliche Fehler nicht und zeige dem Kunden nicht die kalte Schulter. Nur missachtete Kunden greifen an. Geben wir jedem Kunden die volle und ungeteilte Aufmerksamkeit.

Wie können wir im menschlichen Team kraftvoll verkaufen?

Gemeinsamkeit macht stark! Wer morgens Unfrieden in die Firma mitbringt und sät, wird Unfrieden ernten. Es geht ganz einfach darum, dass wir jeden Tag einen positiven Beitrag für die Gesellschaft leisten: Freudige Stimmung, zuversichtliche Laune und die Bereitschaft, anderen zu helfen, stolz zu sein auf die unternehmerische Gesamtleistung und (nicht vergessen!) auch gelegentlich kräftig zu feiern, wenn man gute Leistung erbracht hat.

Wie können wir aus Rückschlägen und Misserfolgen neue Verkaufserfolge kreieren?

Der Misserfolg gehört zum Erfolg, wie der Schatten zur Sonne. Der Winter zum Sommer, wie jung zu alt. Dieses müssen wir akzeptieren, dieses ist so. Also, wo Täler sind, sind auch Höhen, freuen wir uns beim Misserfolg auf den nächsten großen Erfolg, denn Vorfreude rettet aus der Lamentoecke.