

Das Märchen vom geborenen Verkäufer

Verkaufen ist nicht Charisma & Glück, sondern Disziplin, Präzision und Fleiß, Fleiß, Fleiß!

Es war einmal ein charismatischer Verkäufer, der hatte auch noch Glück und landete einen großen Deal. Dafür wurde er dann fürstlich entlohnt und die Bewunderung war ihm sicher. Er fühlte sich wie der Größte. Dann war da auch noch ein weniger charismatischer Verkäufer mit weniger Glück, der landete nur mittelmäßige Erfolge, wurde dafür schlecht bezahlt und oft getreten. Er fühlte sich erbärmlich und wurde gefeuert. So blieb es viele Jahre.

Der charismatische Verkäufer, wenn er mal auch kein Glück hatte, schob alles auf die widrigen Umstände, er wurde aber noch immer passabel bezahlt und die Anerkennung blieb ihm. Der weniger charismatische Verkäufer, der einmal dann doch Glück hatte, schob alles auf die günstigen Umstände, wurde noch immer schlecht bezahlt und die Anerkennung blieb aus.

Somit ist das Märchen entstanden, dass man zum Verkäufer geboren sein muss.

Doch dann kam alles anders: Die Sozialwissenschaftler untersuchten die Arbeitswelt und die darin auftretenden zwischenmenschlichen Mechanismen, die Finanzwissenschaftler erfanden die Planung und das Controlling. Beide versuchten zu verstehen WARUM hatte der eine Erfolg und der andere nicht. Hatte er das richtige GETAN oder einfach Glück gehabt? Und was ist Erfolg und was ist Glück? Bzw. was muss man tun, um das Glück zu holen und Erfolg zu haben. Der PROZESS war erfunden. Ein ausgetestetes Vorgehensmodell, bei dem die Schritte und ihre Reihenfolge klar beschrieben, die Voraussetzungen definiert sind. Glück wurde durch statistische Wahrscheinlichkeiten und Streuungen ersetzt. Wenn man dem Prozess nur folgte, dann waren auch die Ergebnisse vorhersagbar – unabhängig von Charisma und Glück.

Doch auch die Arbeit des Verkäufers hat sich gewandelt: Der charismatische wurde gezwungen Regeln zu befolgen, Prozessschritte abzuarbeiten und zu dokumentieren (was ihm gar nicht gefiel). Der wenig charismatische aber kluge hat das immer schon getan (und war froh, dass es nun auch andere müssen). Der wenig charismatische und auch nicht so kluge hatte nun ein gutes Schema, das er nur mehr befolgen musste um erfolgreich zu sein (und war froh endlich auch als klug und erfolgreich zu gelten). Und so lebten sie alle glücklich bis zur Rente mit Vertriebsprozess, Vertriebssteuerung und -Controlling.

Doch leider hat die neue Welt auch einen Haken: Charisma & Glück sind nun nicht mehr entscheidend für Erfolg & Ansehen, dafür Disziplin und ganz viel Fleiß bei der Abarbeitung der Prozessschritte. Und wer den nicht aufbringen kann oder will, kann nicht erfolgreich sein.

Und es bleibt noch immer die Wahrscheinlichkeitsrechnung, die sagt, von 20 Potentialkunden die Du ansprichst werden (nur, aber ziemlich sicher doch) 1 - 3 Kunden kaufen. Dennoch musst Du alle 20 gleich aufmerksam bearbeiten, denn Du weißt nicht, welche es sein werden.