

Viele von Ihnen lesen dieses Buch sicher nicht, weil sie mit Leib und Seele den Beruf des Verkäufers ergreifen wollen. Aber ohne Verkaufen geht es nicht. Wenn Sie im Kontakt mit Kunden sind, schlüpfen Sie automatisch in die Rolle des Verkäufers – ob Sie wollen oder nicht. Jeder Kundenkontakt, der dem Kunden Informationen über Sie und Ihre Arbeitsweise gibt, ist Verkauf. Der Kommunikationswissenschaftler Paul Watzlawick ist berühmt für seine Aussage: „Man kann nicht nicht kommunizieren.“ Genauso gilt für jede Art des Kundenkontakts: Sie können nicht nicht verkaufen! Deshalb spreche ich Sie in diesem Buch auch immer wieder gerne als Verkäufer an. Einverstanden?

Als Selbständiger betrachtet man sich oft nicht als Verkäufer der eigenen Dienstleistungen oder Produkte, sondern will sich mit seinem Angebot auf andere Weise beschäftigen. Schließlich sind einem die Leistungen ans Herz gewachsen, und deswegen geht man doch den Weg der Selbständigkeit. Aber mal im Ernst: Verkaufen Sie nicht wesentlich öfter, als Sie denken? Warum aber wehren sich so viele dagegen, Verkäufer zu sein? Das liegt daran, dass der Beruf des Verkäufers im deutschsprachigen Raum einen so schlechten Ruf hat. Er wird irgendwo zwischen Leichengräber und Geldeintreiber angesiedelt. Oft hört man Menschen über Verkäufer auch sagen: „Ja, zum Verkäufer muss man geboren sein. Da gehört Talent dazu.“ Sind Sie auch dieser Meinung? Dann lassen Sie mich zwei Fragen stellen, die ich Ihnen nicht beantworten werde: Muss man zum Bäcker oder zum Busfahrer geboren sein? Oder kann man diese Berufe lernen?

Doch warum gibt es so viele Vorurteile gegenüber dem seriösen Verkaufen? Vor allem, da heute die altbekannten Zielgruppen ausgedient haben. Die Kunden sind heute besser informiert und zielorientierter, dadurch auch mächtiger. Diese Macht spielen sie in ihrem Einkaufsverhalten aus. Für jeden, der etwas an den Mann oder die Frau bringen will, wird es also höchste Zeit, mit den gängigen Vorurteilen gegenüber dem Verkaufen aufzuräumen, um dem eigenen Erfolg nicht im Weg zu stehen.

Sieben Weisheiten, die Sie getrost ignorieren dürfen

Die Erfolgsrezepte der alten Vertriebshaudegen, die viele der bestehenden Vorurteile begründen, sind längst überholt. Die Kunden heutzutage sind anspruchsvoller. Sie wollen nicht einfach von einer Sache überzeugt