

Selbstmotivierung und Willensstärke im Verkaufsprozess

Für die meisten Verkäufer ist der Weg zum Verkaufsabschluss kein Hundertmetersprint, sondern ein Langstreckenlauf mit Hindernissen und Schwächeperioden. Dabei kommt es für den Verkäufer maßgeblich darauf an, sich immer wieder selbst zu motivieren. Diese Fähigkeit entscheidet, inwieweit er in der Lage ist, Anstrengung, Energie und Willenskraft in den aufwändigen Verkaufsprozess zu investieren und inwieweit er sozialen Druck durch Kunden und Vorgesetzte abfedern sowie Angst, Ärger und Stress bewältigen kann.

Leistung motiviert

Sie bleiben motiviert, solange Sie sich selbst als erfolgreich betrachten, wenn Sie sich Stück für Stück Ihrem gesetzten Verkaufsziel nähern. Dabei wechselt oft auch Ihre Motivation von extrinsisch auf intrinsisch. Das bedeutet, dass Sie nicht mehr vorrangig wegen der Abschlussprämie Ihre Anstrengungen in der Neukundenakquise intensivieren, sondern weil Sie merken, dass Sie von Woche zu Woche leichter mit Neukunden ins Gespräch kommen, kritische Fragen besser beantworten und Termine vereinbaren können ...; kurz: weil Sie leistungsfähiger werden. Leistungssteigerungen und Erfolgserlebnisse wirken motivierend.

Begründen Sie Erfolge und Misserfolge angemessen

Die Art und Weise, wie Sie einen Erfolg bzw. Misserfolg begründen, ist entscheidend für Ihr weiteres Handeln - also dafür, ob Sie weiterhin motiviert „dranbleiben“ oder eher aufgeben. Setzen Sie sich deshalb realistische Ziele und analysieren Sie die Ursachen für einen Erfolg oder Misserfolg angemessen.

Nehmen Sie kritische Verkaufssituationen ins Visier

Machen Sie sich bewusst, unter welchen Bedingungen Sie welches Verhalten zeigen und was diesem Verhalten folgt. Konzentrieren Sie sich zuerst auf die Rahmenbedingungen (Beispiel: Akquisitionstelefonat unter Umsatzdruck):

- Welches sind die äußeren und inneren Bedingungen, unter denen Sie dieses Gespräch gut führen können? Welches sind fördernde, welches hemmende?
- Schaffen Sie möglichst viele Bedingungen, die die positive Durchführung des Telefonats ermöglichen; z.B. Festlegung der Uhrzeit des Anrufs, Argumente aufschreiben, ebenso kritische Aussagen des potenziellen Kunden und Antwortmöglichkeiten, im Stehen telefonieren, tief durchatmen, an den jüngsten Abschluss denken ...

Grundsätzlich gilt: das Telefonat erst führen, wenn Sie die für Sie förderlichen Bedingungen geschaffen haben. Beantworten Sie sich jetzt folgende beide Fragen:

- Welches Verhalten bringt Sie Ihrem Verkaufsziel näher? z.B. zur geplanten Zeit die Kundennummer wählen und mit fester Stimme den Grund des Anrufs nennen.)
- Welche Konsequenzen wären jetzt positiv?(z.B. der Gesprächspartner ist offen, zeigt Interesse, ...)

Machen Sie sich bewusst: Wenn Sie nicht anrufen, vergeben Sie die Chance auf Erfolgserlebnisse, was wiederum Ihre Leistungsmotivation mindert. Deshalb: Setzen Sie sich klare, einfache Verhaltensziele und bleiben Sie konsequent: Rufen Sie den potenziellen Kunden an!

Entwickeln Sie Ihre Willensstärke

- Ermitteln Sie, in welchen Verkaufssituationen Ihnen die Willensstärke fehlt. Ein Fragebogen kann hier nützlich sein.
- Gehen Sie dann bewusst in diejenigen Situationen, die Willensstärke erfordern
- Erproben Sie solche Vorgehensweisen, die Ihrer eigenen Persönlichkeit entsprechen und dennoch zielführend sind.

Steigern Sie Ihre Arbeitsfreude

Schauen Sie nicht nur auf das Ende, den Verkaufsabschluss. Stellen Sie sich konkret den Weg zum Ziel, die einzelnen Schritte, vor und vergegenwärtigen Sie sich die dabei entstehenden Gefühle. Gibt es verschiedene Wege zum Ziel, dann entscheiden Sie sich für die Alternative mit der positivsten Gefühlsbilanz.

Interpretieren Sie Ihre Verkäuferrolle flexibel

Ihre Rolle als Verkäufer wird Ihnen nicht aufgezwungen. Sie können sie aktiv ausgestalten. Dabei gilt folgendes:

- Reflektieren Sie Ihre Stärken und Schwächen
- Werden Sie sich darüber klar, wie Sie authentisch und gleichzeitig offensiv handeln können
- Denken Sie dran: der erste Eindruck prägt die Rollenerwartungen der anderen.
- Legen Sie sich nicht auf eine zu enge Rolle fest; handeln Sie nicht immer erwartungskonform.
- Seien Sie flexibel in Ihrem Verhalten; brechen Sie auch mal mit Gewohnheiten; seien Sie für eine Überraschung gut.

Kalkulieren Sie mit Hindernissen

Machen Sie sich bewusst, dass es fast unmöglich ist, das Ziel und seine komplexen Wirkmechanismen bis zu seiner Erreichung zu überschauen. Richten Sie also Ihre Bemühungen und Ihre Konzentration auf Zwischenziele und die Überwindung einzelner Hindernisse. Berücksichtigen Sie folgende Ratschläge:

- Entscheiden Sie genau, was Sie erreichen möchten
- Erkennen Sie die Hindernisse, die Sie in Ihrer Zielerreichung hindern können.
- Entscheiden Sie ganz bewusst, was nötig ist, um diese Hindernisse aus dem Weg zu räumen
- Errichten Sie spezifische Ziele, die Ihnen dabei helfen, ein Hindernis nach dem anderen anzugehen. Dies bedeutet, dass für Sie jedes Zwischenziel und sein Erreichen eine genauso hohe Bedeutung hat wie das eigentliche Endziel.

Sie streben z.B. an, in sechs Monaten ein neues Projekt an Land gezogen zu haben. Schreiben Sie dieses Ziel auf. Jetzt überlegen Sie gut, was Ihnen auf dem Weg zu Ihrem Ziel dazwischenkommen kann. Formulieren Sie mit Ihren eigenen Worten diese Hindernisse und notieren Sie diese: Hindernis 1, Hindernis 2, ... Versuchen Sie dabei, so präzise wie möglich zu sein, überlegen Sie aber nicht zu lange. Damit trainieren Sie gleichzeitig Ihre Fähigkeit, schnell und konsequent Entscheidungen zu treffen, um somit Ihren Wegplan ständig zu aktualisieren und zu verbessern.

Gestalten Sie Ihre Ziele mit Sportsgeist und Realitätssinn

- Alle Ihre Ziele sind persönliche Ziele. Sie bestehen einzig und allein in Beziehung zu Ihnen und Ihrer Leistungsfähigkeit. Entscheiden Sie ganz alleine, was Sie erreichen wollen.
- Motivation lässt sich am besten durch Erfolg steigern und stabilisieren. Machen Sie Ihren Erfolg durch irgendein objektives Kriterium mess- und sichtbar.

Verpflichten Sie sich

Steigern Sie die Verbindlichkeit und Ihre psychologische Selbstverpflichtung, indem Sie sich öffentlich zu Ihren Zielen bekennen; z.B. „Jede Woche zehn Neukundenkontakte“ oder „bis Freitag Auskunft zu Geschäftschancen bei allen noch offenen Angeboten einholen“.