

# „Wir haben ein Umsetzungsproblem!“

Interview mit Verkaufstrainer Frank Dunker

**NRM:** Welche Eigenschaften braucht ein guter Verkäufer?

**Frank Dunker:** Grundsätzlich braucht es dafür zwei Eigenschaften: Man braucht Interesse an anderen Menschen und den wirklichen Willen, ein guter Verkäufer zu sein. Meine Interpretation von Verkaufen lautet: Verkaufen ist der aufmerksame, achtsame und professionelle Umgang mit anderen Menschen. Wenn ich erst einmal den Willen und das Interesse an anderen Menschen habe, dann brauche ich natürlich noch ein Produkt oder eine Dienstleistung, mit der ich mich identifizieren kann. Wenn ich mich dann noch mit dem Unternehmen identifizieren kann, in dem ich arbeite, dann ist das Fundament dafür hergerichtet, um wirklich wirkungsvolle, erfolgreiche, langfristige oder belastbare Kundenbeziehungen aufzubauen. Dann reden wir nicht mehr von Kunden, sondern von Fans!

**NRM:** Wie gewinne ich langfristige Kunden?

**Frank Dunker:** Indem ich sie zu Fans mache. Kunden werden zu Fans, wenn sie jederzeit das Gefühl haben, sich für den richtigen Verkäufer entschieden zu haben. Wenn wir dem Kunden permanent vor Augen halten, dass wir uns um ihn kümmern und wir durch wirklich gute Kommunikation immer herausfinden, was den Kunden heute und morgen in Bewegung setzt, dann halten Kunden uns wirklich lange und besonders gerne die Treue, basierend auf guten Gefühlen.

**NRM:** Wie haben sich die Märkte verändert bzw. wie hat sich das Anforderungsprofil des Verkäufers in der heutigen Zeit gewandelt?

**Frank Dunker:** Produkte und Dienstleistungen werden immer vergleichbarer, wir reden immer häufiger von Me-too-Produkten und somit rückt der Mensch immer mehr in den Fokus. Ich finde, das ist richtig gut! Das bedeutet nämlich, dass wir durch ein bewusstes, authentisches und professionelles Auftreten es in unserer Hand haben, Menschen zu Kunden und Kunden zu Fans zu machen. Bedauerlicherweise versuchen immer noch einige Verkäufer, Produkte über Produktargumente zu verkaufen. Doch das reicht heutzutage lange nicht mehr aus. Die neuesten

Erkenntnisse aus der Neurowissenschaft beweisen, dass das Zauberwort für langfristigen Erfolg Emotionen heißt. Wir müssen Emotionsmanager werden und wir müssen die Fähigkeit besitzen, Emotionen zu geben und Emotionen zu übertragen. Wer das heute und in Zukunft richtig gut kann und immer besser versteht, wie wir Menschen ticken – vor allem wie wir entscheiden – der ist heute schon für die Zukunft optimal vorbereitet und wird immer erfolgreich sein.

**NRM:** Gibt es Branchenunterschiede, die ein anderes Auftreten erfordern?

**Frank Dunker:** Verkaufen geschieht immer zwischen Menschen. Das heißt also: Menschen ändern sich nicht mit Branchen, sondern wo Menschen auf Menschen treffen, brauchen wir eine gute und wirkungsvolle Kommunikation. Dann ist die Basis dafür geschaffen, dass wir immer mehr Win-Win-Situationen erarbeiten und somit widerstandsfreier zum Erfolg kommen. Sicherlich hat auch jede Branche ein bis zwei spezifische Eigenschaften, die sie von anderen Branchen unterscheidet. Die mitunter auch eine andere Vorgehensweise verlangt, wenn es darum geht, eine Dienstleistung oder ein Produkt an den Mann zu bringen. Die Einwände oder Vorwände, die Verkäufern branchenübergreifend begegnen, sind in etwa zu 80 Prozent gleich.

**NRM:** Gibt es Schlüsseltechniken, die ein sicheres Geschäft ermöglichen?

**Frank Dunker:** Ich reduziere Erfolg im Verkauf gerne auf Einstellung. Denn da beginnt oder endet alles. Habe ich nicht die richtige innere Einstellung zu dem, was ich mache, zu meinem Produkt, zu meinem Arbeitgeber, dann werde ich nie 100 Prozent Wirkung erreichen können. Darüber hinaus gibt es natürlich Techniken, die Sie Ihr Eigen nennen müssen, wenn sie nicht mehr den Zufall als Vater aller Geschäfte wissen möchten. Denn aus meiner Sicht und Erfahrung ist der Zufall der häufigste Verkäufer. Zufällig richtig – viel besser aber ist es doch, wenn wir behaupten können: richtig gut! Richtig gut, weil wir die richtigen Techniken beherrschen und zur richtigen Zeit die richtigen Informationen haben. Durch eine hervorragende Fragetechnik, ein optimales, aktives Zuhören und die Fähigkeit, aus gewonnenen Informationen



gesicherte Erkenntnisse zu machen, kann ich das erreichen. Wenn ich ausreichend gesicherte Informationen habe, nämlich aus erster Hand vom Kunden, entsprungen aus seinen Wünschen und Zielen, dann kann ich erst ein Geschäft erfolgreich abschließen. Und der Kunde wird sich denken „gut, dass ich mich für diesen Verkäufer und sein Produkt entschieden habe!“

**NRM:** Das hört sich sehr einfach an...

**Frank Dunker:** Das Problem, welches ich als Verkaufstrainer in meiner tagtäglichen Arbeit erfahren habe ist, dass wir in der Regel unter den Verkäufern kein Wissensproblem haben, sondern ein Umsetzungsproblem. Viele wissen, was sie zu tun hätten, um andere Ergebnisse zu produzieren, sie kommen aber nicht dazu es umzusetzen. Hier habe ich die Pola-Methode entwickelt, die visuelle Anreize setzt, um zur Tat aufzufordern.

**NRM:** Wie sieht eine optimale Vorbereitung auf einen Kundentermin aus?

**Frank Dunker:** Zunächst einmal sollte ich alle mir zur Verfügung stehenden Medien – z.B. die Internetadresse oder Social Media – nutzen. Das Entscheidende ist allerdings, dass wir die so erarbeiteten Informationen nicht bewerten. Denn das ist der Nährboden für Missverständnisse. Also: Informationen sammeln, ja. Aber diese Informationen müssen erst zu gesicherten Erkenntnissen gemacht werden, damit wir nicht im direkten Dialog mit dem Kunden Halluzinationen erliegen. Darüber hinaus gibt es natürlich gewisse Grunderfordernisse: Ein gepflegtes und adäquates Erscheinungsbild, gut sortierte Unterlagen, die dazu führen, dass ein guter Ersteindruck entsteht. *Hendrik Wagner | hw@niederrhein-manager.de*