

FOR SALE Fachtagung Verkauf

2023

BRAND *aktuell*

REINHOLD MESSNER

Der Gipfel
des Erfolges
ist machbar

Führende Experten
live bei FOR SALE

Vaya Wieser-Weber

Jens Löser

Gabriel Schandl

Thorsten Jekel



Inhalt

- 3 Editorial
- 4 Review: 11. Verkaufstagung FOR SALE
- 6 11 x Verkaufserfolg
- 7 FOR SALE 2023
- 8 Yaya Wieser-Weber: 4 Mindset-Schrauben für gnadenlos guten Vertrieb
- 10 Reinhold Messner: Der Gipfel des Erfolges ist machbar
- 12 Gabriel Schandl: Die glorreichen 7 Ws
- 14 Thorsten Jekel: Digital Sales
- 16 Jens Löser: Keiner kauft aus Mitleid

Editorial

DAS DUTZEND IST VOLL

Auch Events haben einen Lebenszyklus und nicht jedes Format kann sich über Jahre etablieren. Die 12. Auflage ist keineswegs ein Grund, um sich zurückzulehnen. Ganz im Gegenteil geht es darum, immer besser zu werden.

Schließlich lauter die Mission von For Sale, praxisorientiertes Wissen für den Verkaufserfolg zu vermitteln. Dazu sind die bestmöglichen personellen Ressourcen gerade gut genug. Seit meiner Kindheit habe ich die Expeditionen von Reinhold Messner verfolgt. „Der Gipfel der Erfolge ist machbar“ passt als Metapher sehr gut zum Verkauf, finde ich. Wir Menschen setzen uns oft selbst Grenzen und die Wirklichkeit trifft dann so ein, wie wir sie mit unseren Gedanken vorweggenommen haben. Wer keine großen Ziele hat, nimmt sich von Vorhinein selbst viel an Wahrscheinlichkeit, Spitzenleistungen zu erreichen. Wir erschaffen eben unsere Welt in unserem Kopf. Eine Welt, die voller großartiger Chancen ist oder auch voller Limits, die uns an der eigenen Entwicklung oder an einem noch viel erfolgreicheren Verkauf hindern. Wir haben die Wahl zwischen einem „Fixed Mindset“ oder „Growth Mindset“, wie es Yaya Wieser-Weber auf den Punkt bringt.

Auch Gabriel Schandl betont, dass er sich auf Leistungsglück konzentriert und nicht auf negatives Denken. Er zitiert den biblischen Satz: „Achte auf dein

ne Gedanken, denn sie bestimmen über dein Leben!“ Zu erkennen, dass es an uns selbst und nicht an den Umständen liegt, was wir erreichen, ist der Schlüssel. Das sieht auch Jens Löser so. Digital Sales sind by the way auch keine Bedrohung. Mehr dazu erfahren Sie von Thorsten Jekel.



In diesem Sinn wünsche ich Ihnen viel Erfolg!
Markus Stentzer

Review: 11. Verkaufstagung FOR SALE 2022 Es zählt der Verkaufserfolg

Alle Unternehmen verkaufen und im Vertrieb entscheidet sich letztlich alles. Das war der Impuls für die Verkaufstagung FOR SALE. Seit der Premiere 2014 hat sich dieser Businessevent zu führenden Fachtagung für Verkauf in Südosterreich entwickelt. Am 13. Oktober 2022 ging die 11. Auflage von FOR SALE im Casineum Velden über die Bühne. Zu den Themen Neukundengewinnung, Wert & Preis, Business-Development, Service-Excellence und Mindset sprachen renommierte Experten aus Österreich und Deutschland. Mit an Bord war mit Philipp Maedlerhauer der Unternehmer des Jahres 2018. Im TV-Format „2 Minuten“ ist der bekannte Unternehmer als Investor zu sehen. Sein Podcast „Business Gladiators Unplugged“ schafft es regelmäßig auf Platz 1 der Apple Podcasts-Charts in der Kategorie Wirtschaft.

Über Service Excellence referierte Vivienne Dübber auf der FOR SALE-Bühne. Die Expertin für Mindset war unter anderem im Management bei L'Oréal in Paris, Retail Director für Klehls in Deutschland und eröffnete später einen Ayurveda Spa in einem Luxusresort auf Bali. Vortragsthema der Keynote-Speakerin und Managementberaterin Regina Kmenta war Service-Excellenz. Sie war für Apple Computer, Nixdorf Computer, den ORF und SAF im Service tätig, hat Serviceorganisationen aufgebaut und geführt. Roger Rankel zählt zu den renommiertesten Verkaufstrainern im deutschsprachigen Raum. Der Bestseller-Autor brachte in seinem Vortrag auf den Punkt, wie Unternehmen zu neuen Kunden kommen. Der Autor und Businesscoach Robert Kmenta unterstützt Unternehmen dabei, ihre Umsätze auszubauen. Er hielt ein Playdoyer für das Wertvolle in Zeiten des Billigen.



Roman Kmenta



WERTVOLL



Regina Kmenta



V.l.n.r. Roman Kmenta, Regina Kmenta, Markus Stenitzer, Vivienne Dübber, Roger Rankel



Roger Rankel

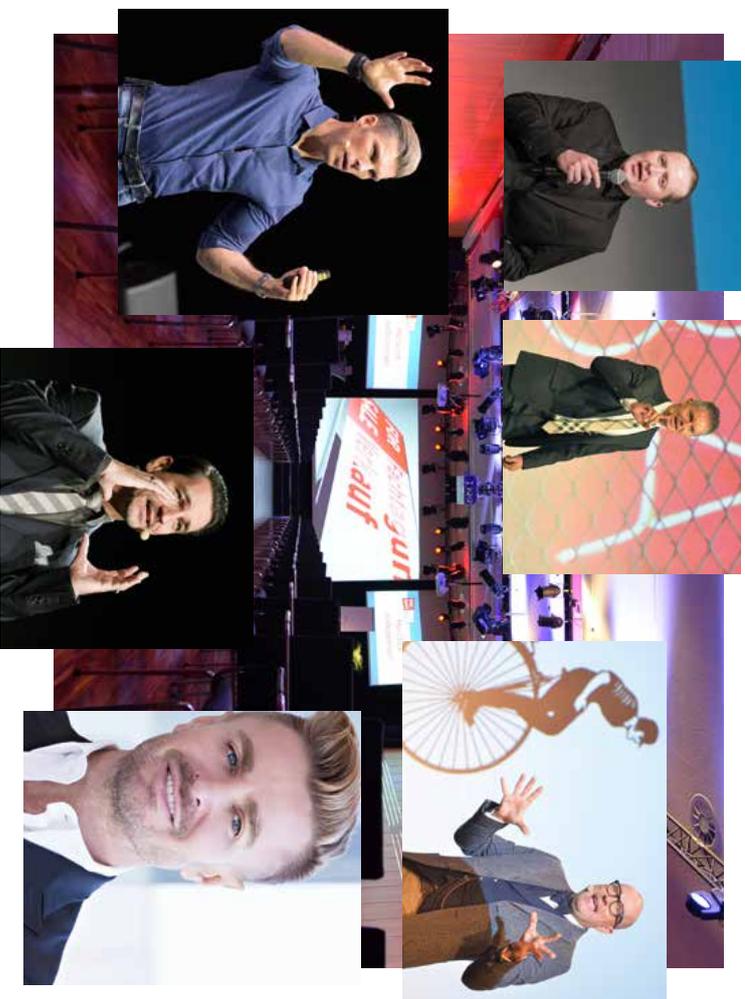


Vivienne Dübber

11 x Verkaufserfolg

WER STAND BEI FOR SALE BEREITS AUF DER BÜHNE?

FELIX GOTTWALD | FLORIAN GSCHWANDTNER | KISHOR SRIDHAR
 CARSTEN BEYREUTHER | ANDRÉ MAY | MARKUS MILZ | VEIT ETZOLD
 TOBIAS AIN | DIRK ZUPANCIC | DAMIAN IZDEBSKI | INGO VOGEL | SAMY LIECHTI
 DANIEL ENZ | SILVIA AGHA SCHANTL | MARKUS HENGSTSCHLÄGER
 THOMAS RATH | LEO HILLINGER | THORSTEN HAVENER | JOEY KELLY
 MARCEL REMUS | EDGAR K. GEFROY | KLAUS J. FINK | DIRK KREUTER
 KARSTEN BROCKE | ROGER RANKEL | DIRK SCHMIDT
 FRANZ HIRSCHMUGL | MONIKA MATSCHNIG | ROBERT SEEGER
 SABINE HÜBNER | ANDREAS BUHR | CURT SIMON HARLINGHAUSEN
 RAINER SCHÖNFELDER | KATJA PORSCHE | MATTHIAS PÖHM
 MARTIN LIMBECK | VIVIANNE DÜBBERT | ROMAN KMENTA | REGINA KMENTA
 PHILIPP MADERTHÄNER



Expertenwissen für Ihren Verkaufserfolg Internationale Top Speaker am 12. Oktober 2023 im Casinoeum Velden



Yaya Wieser-Weber

Neben ihrer über 20-jährigen Expertise als Rednerin und Trainerin für emotional intelligenten Verkauf kann sie auf eine lange Vertriebskarriere verweisen. Die Autorin hat sich früh angewöhnt, selbst Verantwortung zu übernehmen und ihr eigener Boss zu sein. So führt sie als geschäftsführende Gesellschafterin mit der Impulsploten GmbH bereits ihr zweites Unternehmen. Ihr Firmenstandort ist Hamburg, mit ihrer Familie lebt sie in Kitzbühel.



Jens Löser

Der Berliner Vertriebsexperte ist studierter Wirtschaftswissenschaftler und einer der profiliertesten Redner zu den Themen Akquisition und Mindset. Seit über 20 Jahren unterstützt er namhafte Unternehmen auf ihrem Weg vom Talent- hin zum Systemvertrieb. Er ist Autor der Bücher „Single sucht Frosch“ mit dem Credo Akquise ist wie führen und „Nie mehr Pech beim Denken – Das neue Mindset im Vertrieb“. Hier entlarvt er 100 umsatzzerstörerische Glaubenssätze von Verkäufern und transferiert sie in positive Aktivitäten für Vertriebs Erfolg.



Gabriel Schandl

Seit über 25 Jahren begeistert und inspiriert der Bühnenprofi Tausende zu mehr Leistungsglück als Gegenpol zum Leistungsdruck. Der Buchautor kommt selbst aus dem Verkauf und kennt die Herausforderungen des Alltags genau. Im deutschsprachigen Raum ist er einer der „Certified Speaking Professionals“, die von der US-amerikanischen NSA für Topqualität im Vortragsbereich ausgezeichnet wurden.



Thorsten Jekel

Der renommierte Digitalisierungsexperte und Top-Management-Consultant aus Deutschland unterstützt Menschen und Unternehmen bei der produktiven Nutzung neuer IT-Technologien unter dem Motto: Relevanz statt Fritzelei. So begleitete er beispielsweise Coca-Cola bei der erfolgreichen Einführung von 1.400 iPads im Vertrieb. Als IT-Unternehmer & IT-Projekt-Manager, Autor und Vortragsredner ist der Betriebswirt Spezialist für Digital Sales und Digital Working.



Reinhold Messner

Der Südtiroler Reinhold Messner hat als Felskletterer, Höhenbergsteiger und Abenteuerer immer wieder Grenzen versetzt. Für ihn ist Abenteuer eine kulturelle Lebensäußerung und sein Tun nicht auf Rekorde, sondern auf Erfahrung aus. Es geht ihm um die Auseinandersetzung zwischen Berg und Menschennatur, die im traditionellen Alpinismus ihren stärksten Ausdruck findet. In über fünfzig Büchern und einem Dutzend Filmen erzählt Reinhold Messner das Abenteuer Berg und Wüste. Damit schreibt er einen nachhaltigen Umgang mit der wild gebliebenen Natur, fast und spiegelt eine Haltung wider, die auf Generationen von Abenteurern aufbaut.

Yaya Wieser-Weber

4 Mindset-Schrauben für gnadenlos guten Vertrieb

– egal, ob gerade die Welt unter geht oder nicht.



erklären. Damit sorgt emotionale Intelligenz dafür, besser verstanden zu werden, kritische Situationen leichter aufzulösen und stabilere Beziehungen aufzubauen. Dabei läuft der Großteil der Kommunikation nonverbal über beispielsweise Tonlage, Stimme, Gesten, Mimik, Sprechgeschwindigkeit aber auch Blickkontakt, Sprechpausen oder ganz greifbar über das gewählte Outfit ab.

4. Lieben, was ich verkaufe

Für ein souveränes Auftreten muss ich mich in meiner Produktpalette auskennen, wie in meiner Hosentasche. Doch nicht nur das. Es macht beim Kunden einen Resonanzunterschied, ob ich mein Produkt oder meine Dienstleistungen tatsächlich liebe – oder eben nur so tue. Einwandbehandlung funktioniert nämlich nur, wenn ich für mich selbst diese Einwände so klargerechelt habe, dass ich mich selbst zuerst überzeuge. Erst dann kann ich es auch dem Kunden so authentisch erklären, dass er mir nur noch zustimmen kann. Wenn ich aber nicht 100%ig hinter dem Angebot stehe, spiegelt sich das zuerst in meinem Umsatz wider: Ohne echte Produktliebe kann ich die Verantwortung für die Ziele des Unternehmens nicht tragen. Dann sollte ich Platz machen und mir ein Produkt suchen, für das ich wirklich brenne.

Wenn du erkannt hast, dass du aus dem gezielten Übernehmen von Verantwortung für dich – deine Fähigkeiten, dein emotional intelligenter Umgang mit äußeren Rahmenbedingungen, mit deinen Kund:innen, mit deinen Produkten und Dienstleistungen – zu den gnadenlos guten Vertriebsmitarbeitenden gehörst, dann nutzt du die Krise nicht als Entschuldigung, sondern als Katalysator.

Als nach dem Lockdown so langsam wieder die sogenannte Normalität in meinen Unternehmen einzog, wurde ich gefragt, wie wir es denn als Agentur für unkonventionelle Events- und Weiterbildungen geschafft hätten, die Krise zu überleben. Meine Antwort: „Ich verstehe die Frage nicht. Ich habe so viel gearbeitet, ich habe nicht bemerkt, dass gerade „Krise“ herrscht...“ Wie wir nicht nur überlebt, sondern auch größer und stärker als zuvor aus der Sache rausgekommen sind? Indem wir:

- ▶ die volle Verantwortung für das Überleben unseres Unternehmens übernahmen
- ▶ wir unser Geschäftsmodell einmal komplett umkrempelten

- ▶ Produkte entwickelten, die unsere Kunden zu genau dem Zeitpunkt wirklich bräuchten
- ▶ und hinter denen wir zu 100% und mit voller Energie standen.

Ich bin überzeugt davon, dass Erfolg im Vertrieb unabhängig davon ist, ob gerade Goldgräberstimmung herrscht. Vielmehr sorgen 4 wichtige Mindset-Faktoren dafür, ob du ein gnadenlos guter Vertriebler bist – oder eben nicht.

1. Verantwortung

Wer sich bewusst darüber ist, dass er im Vertrieb die Verantwortung für die 3 wichtigsten Ziele eines Unternehmens hat: 1. Überleben. 2. Status

halten. 3. Wachstum – der wird in jedem Lead einen Vertrauensvorschuss sehen, denn er nicht enttäuschen will. Damit das Unternehmen überlebt, müssen Kunden kaufen. Um den Status zu halten, müssen Kunden mit den Produkten zufrieden sein. Und um zu wachsen, müssen Kunden so begeistert sein, dass sie uns weiterempfehlen. Die Verantwortung dem Unternehmen gegenüber hört hier jedoch nicht auf, sondern hat Auswirkungen auf alle Mitarbeitenden, weitere Dienstleister und die von ihnen abhängigen Familien. Mit dieser Verantwortung und mit diesem Mindset ist schlicht kein Platz für Entschuldigungen wie „schlechte Zeiten“, „Inflation“ oder sonstige Katastrophen.

2. Growth-Mindset

Doch wie bleibt man auch in brenzligen Situationen zuversichtlich? Carol Dweck, Professorin für Psychologie an der Stanford University, unterschied als erste das „Fixed Mindset“ vom „Growth Mindset“:

„Growth Mindset“ sind davon überzeugt, dass sie ihre Fähigkeiten und Stärken weiterentwickeln können. Sie glauben, dass sie mit Anstrengung, Einsatz und Erfahrungen klüger werden. Menschen mit einem Growth Mindset

- ▶ sehen Fehler und Krisen als Chance, sich weiterzuentwickeln.
- ▶ sind wissbegierig, um mehr über Dinge zu erfahren, die sie noch nicht kennen.

- ▶ sind überzeugt, dass sie ihre Fähigkeiten lebenslang weiter ausbauen können.

Damit bleibt mit einem Growth-Mindset der eigene Wirkungskreis immer in Bewegung und wird nicht durch äußere Umstände oder Herausforderungen eingeschränkt, sondern im Gegenteil angefeuert.

3. Emotionale Intelligenz

Emotional intelligente Verkäufer:innen wissen, sich selbst und andere auf unterschiedlichsten Ebenen zu lesen und damit effektiver zu kommunizieren. Sie übernehmen die Verantwortung für sich und über die Situation und erkennen, wie und wann sie ihren Ansatz ändern müssen, um Ideen oder Argumente deutlicher zu



Reinhold Messner

ist einer der bekanntesten Bergsteiger der Welt. Er und Peter Habeler erreichten 1978 als erste Menschen den Gipfel des Mount Everest ohne Zuhilfenahme von Flaschensauerstoff. Er stand als erster Mensch auf den Gipfeln aller vierzehn Achttausender.

Der erfolgreiche Buchautor ist ehemaliges Mitglied des Europäischen Parlaments und Museumsgründer.

Der Gipfel des Erfolges ist machbar

Der Südtiroler Reinhold Messner hat als Felskletterer, Höhenbergsteiger und Abenteurer immer wieder Grenzen versetzt. Für ihn ist Abenteuer eine kulturelle Lebensäußerung und sein Tun nicht auf Rekorde, sondern auf Erfahrung aus.

Es geht ihm um die Auseinandersetzung zwischen Berg und Menschennatur, die im traditionellen Alpinismus ihren stärksten Ausdruck findet. In über fünfzig Büchern und einem Dutzend Filmen erzählt Reinhold Messner das Abenteuer Berg und Wüste. Damit schreibt er einen nachhaltigen Umgang mit der wild geliebten Natur fest und spiegelt eine Haltung wider, die auf Generationen von Abenteurern aufbaut.

Mit seiner Stiftung, der Messner Mountain Foundation, übernimmt Reinhold Messner soziale Verantwortung für die Bergvölker und den nachhaltigen Umgang mit der Natur.

Konzipiert als Hilfe zur Selbsthilfe, geht es darum, den Einheimischen hoch oben in den Bergen des Himalayas, im Karakorum, im Hindukusch, in den Anden oder im Kaukasus mit Landwirtschaft und Tourismus das Überleben zu sichern. In seinem Bemühen, den traditionellen Alpinismus als Narrativ in die Zukunft zu tragen, hat er eine museale Struktur geschaffen – die Messner Mountain Museen in den Bergen Südtirols –, die ohne Vergleich ist.

BRANDaktuell: Herr Messner, Sie sprechen bei der Verkaufstagung FOR SALE darüber, wie man mit mentaler Stärke Berge versetzen kann. Kann mentale Kraft trainiert werden?

Reinhold Messner: Sie wird wie ein Muskel trainiert, in dem man sich sehr mit dem jeweiligen Vorhaben beschäftigt. Dazu gehören Begeisterung und Leidenschaft.

BRANDaktuell: Haben Sie Tipps, um im Verkauf erfolgreich durchzustarten und gleichzeitig eine gesunde Balance zu halten?

Reinhold Messner: Wenn Menschen nachmachen möchten, was ich gemacht habe, müssen sie sehr lange trainieren. Ich hatte bereits als Kind meine ersten Erfolge. Im Verkauf muß man sich mit dem Gegenstand/der Idee identifizieren und die Sinnhaftigkeit darin finden. Das ist für die Motivation grundlegend.

BRANDaktuell: Seit wann geben Sie Ihr Wissen über mentale Stärke weiter?

Reinhold Messner: Ich werde seit 30 Jahren zu Veranstaltungen eingeladen, um über Themen wie mentale Stärke zu referieren. Ich spreche über meine Erlebnisse und Erkenntnisse. Dafür habe ich erfolgreiche Sprachbilder gefunden und dadurch die Möglichkeit, mein Wissen und meine Erfahrungen an das Publikum weiterzugeben.

BRANDaktuell: Können mentale und körperliche Erfolge, wie beim Bergsteigen, mit Verkaufsstrategien gleichgesetzt werden?

Reinhold Messner: Wenn man meinen Erzählungen gut zuhört und diese umsetzt, ist der Gipfel des Erfolges erreichbar. Jeder Mensch kann in seiner Sparte alles er-

Nun, in seinen späten Jahren, bricht er nicht mehr zu den höchsten Gipfeln der Welt auf, sondern zu seiner Final-Expedition rund um den Globus, um den Alpinismus als Lebenshaltung nachhaltig zu sichern. Parallel dazu sollen Begegnungsräume entstehen.

Mit seiner Final-Expedition, einer Vortragsreise rund um die Welt sowie seinem Messner Mountain Heritage, eine von ihm inspirierte Museumskette in den verschiedensten Gebirgen der Erde, übernimmt er Verantwortung für eine nachhaltige Erzählung des traditionellen Alpinismus.

reichen. Vorausgesetzt man ist dafür geeignet. Wenn es nicht die passende Sparte ist, kann ich nicht helfen. Ich kann aber zu einem Begeisterungsschub motivieren.

BRANDaktuell: Haben Sie während Ihrer Bergtouren meditiert oder an Glaubenssätzen festgehalten?

Reinhold Messner: Ich entwerfe meine Glaubenssätze selbst und hole sie nicht aus dem Jenseits. Wenn ich ein Projekt entwickle, ist das bereits wie Meditation. Meditation bedeutet auch, sich mit einer Sache intensiv zu beschäftigen und sich darauf einzulassen.

Das Gespräch führte
Magdalena Egger
von der Kronen Zeitung

Gabriel Schandl

Die glor- reichen 7 Ws des Leistungs- glücks ...



... und was das für Verkäufer und Führungskräfte bedeutet

Vor kurzem besucht mich mein Notar in meinem Büro im bluebird.space in Salzburg. Er fragt, ob ich diese Zeit des Jahres auch als schwierig empfinde. Schlechtes Wetter, viele Jammern, Krieg, Umweltkatastrophen, Wirtschaftskrise - ich verneine. Weil ich mich auf all diese Dinge nicht konzentriere sondern auf das, was ich selbst steuern kann. Zum Beispiel die 7 Zutaten zum Leistungsglück, die Sie, geschätzter BRANDaktuell-Leser, heute in diesem Beitrag finden. Als Inspira-

tion und Ermütigung, dass es auf uns, auf Sie selbst ankommt. Durchschnittlich werden wir 82 Jahre alt. Ungefähr. Wie wird wir die Zeit bis dahin gestalten? Es kann ja durchaus gut werden, egal was die Negativ-Denker vorhergesagen. Machen wir es uns selbst leicht, glücklich zu sein und zu werden, durch die kleinen und großen Freuden eines jeden Tages. Oder wie es der berühmte Influencer und Berater Gary V. aus New York auf den Punkt bringt: «Wenn ich in der Früh aufs Handy schaue und kei-

ner meiner 10 liebsten Menschen ist gestorben, dann geht's mir gut, dann wird es ein guter Tag, aus dem ich das Beste machen werde.» So einfach kann es sein, sich selbst zu motivieren. Oder nicht? Und lassen Sie uns, wenn Sie mögen, auf das Freundlichere Du wechseln, das versteht auch unser Unterbewusstes besser. Also, mehr Leistungsglück und weniger Leistungsdruck entsteht, wenn wir folgende Faktoren optimieren, sowohl als Verkäufer als auch als Führungskräfte:

1. Dein Leistungsinhalt - Was?

Was kannst du gut? Was macht dir Freude? Wobei geht dir das Herz auf? Was sagen andere, dass du gut kannst? All diese Fragen zeigen dir sofort, was der Inhalt deiner Arbeit sein soll, kann und darf. Do more of what makes you happy! Machst du das schon? Zumindest zu 80 % deiner Zeit? Wie willst du deine Kunden begeistern, wenn du selbst nicht innerlich für deine Tätigkeit und dein Produkt oder Dienstleistung brennst?

2. Deine Einstellung - Wozu?

Dein Mindest ist entscheidend. Ein biblischer Satz hat nichts an seiner Bedeutung verloren: „Achte auf deine Gedanken, denn sie bestimmen über dein Leben.“ Nicht immer ist alles Friede, Freude, Eierkuchen, Jammerst du oder gestältest du aktiv? Egal wo und wann und mit wem. Die Qualität der Fragen bestimmt die Qualität der Antworten und die entscheiden über unsere Gefühle. Mehr dazu in meinem Vortrag!

3. Deine Fähigkeiten - Wie?

Lernen ist eines der schönsten Dinge, die wir tun können. In diesem neuen Jahr habe ich mich bereits für 4 intensive Seminare angemeldet, als Teilnehmer. Obwohl ich als Trainer, Coach, Autor und Redner seit über 25 Wissen weitergebe und schule: Ich brauche selber immer wieder neuen Input. Das inspiriert und bringt mich weiter - Schritt für Schritt. Stillstand ist langweilig.

4. Deine Umgebung - Wo?

Wir sind kreativer und leistungsfähiger an kreativen, schönen Orten. Die Zeiten

5. Dein System - Mit wem?

Manche Beziehungen suchen wir uns nicht aus (Herkunftsfamilie), andere schon (Freunde, eigene Familie, wenn du Führungskraft bist, dann Mitarbeiter, wenn du Mitarbeiter bist, dann deine Firma und deinen Beruf). Am Ende unseres Lebens wird zählen, wie wir diese Beziehungen gestaltet haben und die einzelnen Momente bewußt verbracht haben mit den Menschen rund um uns. Wir sind Herdentiere, keine Einzelgänger. Eines unserer größten Bedürfnisse ist es, dazuzugehören. Wähle weise!

6. Deine Balance - Wie oft?

Keiner, der am Sterbebett liegt, hätte rückblickend gerne mehr Zeit im Büro verbracht. Ich schreibe diese Zeilen gerade in meinem Büro und mache das gerne. Weil ich weiß, dass ich abends wieder heimfahre zu meinen Lieben, am Wochenende wieder gezielt Zeit in gemeinsame (Sport)Aktivitäten investieren werde und der Bildungsurlaub ist auch schon geplant. „Ob etwas Gift oder Medizin, bestimmt allein die Dosis.“ Paracelsus. Zu viel Arbeit ist nicht gut, zu wenig auch nicht. Finde deine Mitte, sie ist tatsächlich golden.

7. Dein Energieausgleich - Was bringt's?

Wenn all die genannten Kriterien halbwegs im Einklang sind, kannst du eine finanzielle Belohnung gar nicht verneinen. Menschen sehen, dass du etwas gut kannst und gerne und hingebungsvoll machst und sind bereit, dafür Geld zu zahlen. Wenn du nur fragst, wie kannst du schnell verdienen, lies bitte woanders weiter, da bin ich der falsche Inspirator. Eines meiner Lieblingszitate aus der Serie „Suits“ stammt von Harvey Specter: „The only time success comes before work is in the dictionary.“ So ist es. Aber diese Arbeit, unsere Leistung, sie darf durchaus Spaß machen. Wir verbringen den größten Teil unserer Wachzeit im Beruf, vermiss das nicht! Läßt du sie ziehen, die glorreichen 7 Ws des Leistungsglücks, in die Abendsonne oder setzt du gleich jetzt einen Schritt in deine richtige Richtung?

Gabriel Schandl

ist Wirtschaftswissenschaftler (Linz, Siena) und Leistungsforscher. Als leidenschaftlicher Keynote-Speaker und engagierter Coach unterstützt er Menschen, Unternehmen und Teams, ihr Bestes zu geben. Der Constantinus Kategorie Sieger ist Buchautor und wurde von der National Speakers Association mit dem CSP geehrt, dem „Certified Speaking Professional“, der höchsten Auszeichnung in der Redner-Branche. Das Magazin „Erfolg“ zählt ihn zu den Top 100 Erfolgstrainern im deutschsprachigen Raum. Von ihm stammt der Begriff und das Konzept des „Leistungs-glücks“, welches er in seinen Vorträgen weltweit eindrucksvoll darstellt.

Thorsten Jekel,Personal IT-Coach
für Führung & Vertrieb

Digital Sales- Die besten Tech-Tipps und Tools für den Vertrieb



Was ist Digital Sales? Wird alles nur noch online gekauft? Braucht man den Vertrieb überhaupt noch oder wird er durch Künstliche Intelligenz (KI) ersetzt?

Nein! Digital Sales heißt, die smarte Nutzung von digitalen Tools und Freiraum für mehr menschlichen Kontakt zu erhalten. Denn Menschen wollen auch in Zukunft von Menschen kaufen.

Welche digitalen Tools bringen den Vertrieb nach vorn?

Ein Customer Relationship Management (CRM)-System sollte ein Standard sein, in dem der Vertrieb die kundentreuen Informationen zur Hand hat und Gesprächsnotizen auch direkt eingeben kann. In der Praxis gibt es hier oft die Erwartungshaltung, dass alle Daten im CRM perfekt gepflegt sind. In der Praxis scheitert das leider häufig an der Konsequenzen

Eingabe und Pflege der Kundendaten auch durch den Vertrieb. Provokativ gefragt: „Ist der Vertrieb denn zu faul?“ Natürlich: „Nein!“. Die meisten CRM-Systeme machen es dem Vertrieb zu kompliziert, sie zu pflegen und auch dem Vertrieb ist nicht wirklich sonnenklar, weshalb sie welche Informationen pflegen sollen. Darüber hinaus erzeugen reine online-fähige CRM-Systeme im Außendienst auch Frust, wenn die Internetverbindung schwach ist. Coca-Cola in Deutschland hat das Problem beispielsweise dadurch gelöst, dass sie das Online-CRM

Salesforce über eine iPad-App auch offline-fähig gemacht haben. Mit der iPad-App können die Verkaufsbereiter auch einfach Kühlstränge vor Ort abfotografieren und das CRMwert dann automatisch die Fremddruckquote aus und gibt auf der Basis konkrete Gesprächsempfehlungen:

- ▶ So macht CRM Sinn und Spaß!
- ▶ So wird CRM zu Ihrem digitalen Herz im Unternehmen.
- ▶ So läuft CRM Hand in Hand mit Menschen.

Coca-Cola hat übrigens das iPad nicht zusätzlich, sondern anstelle von Notebooks im Einsatz: iPad-only reduziert nicht nur die Komplexität, sondern schafft Fokus für die Kernaufgabe: „Verkaufen!“.

Viele CRM-Systeme bieten mittlerweile auch Erweiterungsmodule an, mit denen beispielsweise Fotos und Kontaktdaten aus LinkedIn in das CRM übernommen werden können. Auch ein automatischer Abgleich mit einem Newsletter-System verhindert aufwändige Doppeldatenpflege.

Wenn Systeme keine direkt Schnittstellen haben, gibt es beispielsweise mit Zapier ein System, das hunderte von Systemen miteinander verbinden kann. Sie verbinden einfach beide Sys-

teme mit Zapier und geben z. B. ein, dass ein neuer Newsletter-Kontakt automatisch im CRM angelegt werden soll. Systeme, die Sie neu anschaffen, sollten immer eine Zapier-Schnittstelle haben.

Über Integrationen können Sie beispielsweise auch Videonachrichten an Interessenten und Kunden direkt aus Outlook senden. Mit Systemen wie Dubb oder Hippo-Video können Sie einfach persönliche Videonachrichten erstellen und diese mit einer GIF-Vorschau per Outlook versenden. Wenn Kunden auf die bewegte Vorschau klicken, kommen sie auf eine Landing-Page mit Ihrem Video. Videos haben eine viel höhere Aufmerksamkeit: Sie sehen zudem, wer und wann Ihr Video angesehen und auf eventuelle Links geklickt haben. Damit wissen Sie, ob Ihr Kunde das Video bereits gesehen hat, bevor Sie ihn anrufen. Die Landingspages gestalten Sie übrigens nur einmal und die Videos können Sie sogar unterwegs mit dem iPhone drehen.

Beim Thema Video kann Künstliche Intelligenz für Sie sogar zu einem Booster werden. Mit Diensten wie Behuman können Sie beispielsweise ein Video einmal drehen, und dann mittels KI personalisieren. Das heißt: Sie nehmen ein Video mit dem Beginn „Lieber Name“ auf und die KI ersetzt „Lieber Name“ mit den Worten, die Sie in einer CSV- oder Excel-Datei hochladen. Damit können Sie hunderte von Kunden nicht nur mit einem Newsletter, sondern mit einem personalisierten Video ansprechen, ohne es jedes Mal neu drehen zu müssen. Oder das nächste Weihnachtsvideo wird einfach mit „Lieber Name“ erstellt und dann an all Ihre Kunden personalisiert gesendet. Menschen hören so gerne ihren eigenen Namen. Sicherlich ist

die Öffnungsrate bei Videos generell schon einmal hoch. Und wenn dann noch der eigene Name fällt, wird das Video sicherlich nicht so schnell gelöscht, sondern abgesichert und Freunden und Kollegen erzählt. Was Sie für ein Klasse Unternehmen sind und individuelle Videos versenden.

Systeme wie HeyGen ermöglichen es auch, dass Sie ein Video in einer Sprache einsprechen und das System daraus Videos in anderen Sprachen erzeugt, die so wirken, als würden Sie diese Sprache perfekt sprechen.

Ersetzt Künstliche Intelligenz somit den Menschen? Nein, aber es ermöglicht eine Hyperpersonalisierung in der Kundenansprache, die bisher noch nicht in dieser Art und Weise umsetzbar war. Digital Sales bedeutet, die smarte Nutzung von digitalen Tools und Freiraum für mehr menschlichen Kontakt zu erhalten. Auch zukünftig werden Menschen auch von Menschen kaufen – allerdings angereichert um smarte Tools, damit der Prozess noch einfacher und passgenauer wird.

Das waren einige ausgewählte Beispiele aus meiner umfangreichen IT-Tool-Sammlung, die ich wöchentlich aktualisiere. Über den Link: <https://digital4productivity.de/for-sale> und diesen QR-Code haben Sie jederzeit Zugriff auf diese Sammlung. Am besten speichern Sie sich die Seite gleich als Bookmark ab.

Innen gute Geschäfte mit digitalen Produktivitätsboostern!
Ihr Thorsten Jekel



DIGITAL4TOOLS



Jens Löser

Der Berliner Vertriebsexperte ist studierter Wirtschaftswissenschaftler und einer der profiliertesten Redner zu den Themen Akquisition und Mindset.

„Keiner kauft aus Mitleid.“

„Sprich so mit dir, das es dir nützt, nicht erst beim Kunden, idealerweise schon davor.“ Doch leider lautet das Motto oft „Selbstsabotage im Selbstgespräch“.

Was andere über dich denken ist erst im zweiten Schritt wichtig - viel entscheidender ist, was du selbst über dich denkst. Wenn du bei einem Akquisetelefonat denkst „Ich bin eine arme Sau, weil ich Telefonakquise machen muss und ein armes Schwein, weil du ans Telefon gegangen bist“ dann wird daraus kein begeistertes Gespräch. Jedes Akquisetelefonat ist ein kommunikativer Überfall und provoziert

im ersten Schritt meist Ablehnung. Die hat erst einmal nichts mit dir oder deinem Angebot zu tun, sondern damit, dass die meisten Menschen sich nun einmal nicht gern überfallen lassen. An deinem Mindset entscheidet sich, ob du es schaffst, diese anfängliche Ablehnung auszuhalten, zu überwinden und ein Gespräch mit dir am Telefon zu verkaufen.

Um im wirtschaftlichen Abschwung den vertrieblichen Aufschwung schaffen zu können, braucht es als erstes ein „Raus aus dieser Opferhaltung!“. Dein Denken über dich selbst ist der erste Schritt dazu.

Nie mehr Pech beim Denken - Das neue Mindset im Vertrieb Wie du negative Glaubenssätze in positive Aktivitäten verwandelst!

1. Mein Denken über mich

Top-Verkäufer bringen sich immer wieder in einen guten emotionalen Zustand. Die Basis dafür ist, dass sie Optimisten und mit sich im Reinen sind – mit ihrem Leben, ihrem Partner, ihrem Job und ihren Kunden. Ihnen ist bewusst, dass vieles von dem, was sie heute haben, so ist, weil sie sich gestern dafür entschieden haben. Diese erfolgreichen Verkäufer können ihre Emotionen steuern.

Sie reden so mit sich selbst, dass es ihnen nützt und verändern negative Glaubenssätze, wie beispielsweise: „Ich mache mir Sorgen...“

Weil Verkäufer permanent unter Druck stehen, ihre Verkaufsziele zu erreichen und ihre Umsätze zu steigern, machen sie sich oft Sorgen. Dabei ist es doch viel sinnvoller, sich Gedanken darüber zu machen, was wir tun können, um unsere Situation zu verbessern. Sorgen sind in die Zukunft projizierte Angst. Handeln kannst du aber schon heute, also tu es!

2. Mein Denken über meine Kommunikation

Viele mittelmäßige Verkäufer denken „Kommunikation kann ich!“ Ja, mit Kunden reden kann fast jeder. Diese tatsächlich überzeugenden, das können schon deutlich weniger. Erstklassige Kommunikationsfähigkeiten sind für Verkäufer von entscheidender Bedeutung. Gute Verkäufer wissen, wie sie ihre Stimme und ihre Sprache einsetzen müssen, um eine positive und vertrauensvolle Beziehung zum Kunden aufzubauen. Darüber hinaus müssen Verkäufer in der Lage sein, effektiv zu verhandeln und mit Einwänden oder Bedenken des Kunden umzugehen. Eine klare, prägnante und überzeugende Ausdrucksweise ist dabei ebenso wichtig, wie die Fähigkeit, zielgerichtet zu fragen und zuzuhören, um so auf die Bedürfnisse und Wünsche des Kunden einzugehen. Effektive Kommunikation trägt dazu bei, bessere Ergebnisse im Verkauf zu erzielen, also nutze sie!

3. Mein Denken über das Verkaufen

Einen Satz hört heutzutage fast jeder Verkäufer zu Beginn seiner Tätigkeit: „Führer war alles besser.“ Die Vergangenheit malt eben mit goldenen Pinseln – die Aussage hat aber einen entscheidenden Nachteil: Sie verdunstert das Bild, das viele Verkäufer vom eigenen Beruf haben, zusätzlich.

Wir leben im Jetzt. Heute ist die Zeit, die du aktiv gestalten kannst. Ein

neuer Tag, eine neue Chance. Nutze sie! Ja, der Verkäuferberuf hat kein besonders gutes Image. Viele Verkäufer sehen sich deshalb lieber als Kundenberater. Schlechte Voraussetzungen für ein erfolgreiches Verkaufsgespräch. Mach dir klar: Beraten ist der Weg. Verkaufen das Ziel. Der Kunde hat nichts davon, wenn du ihm nur eine Beratung zukommen lässt. Deine Aufgabe ist es, Menschen dazu zu überzeugen und zu aktivieren, für sich selbst vorteilhafte (Kauf-)Entscheidungen zu treffen – und zwar über Sog. nicht über Druck, also mach das!

4. Mein Denken über meine Firma und mein Angebot

Es sollte selbstverständlich sein, dass Verkäufer ihre Firma sowie deren Produkte und Dienstleistungen positiv darstellen. Oft ist eher das Gegenteil der Fall. Viele Verkäufer gerade, wenn sie schon lange im Unternehmen sind, fokussieren eher die negativen Aspekte. „Die in der Zentrale wissen gar nicht, wie schwer wir beide, lieber Kunde, es hier draußen haben!“ Diese Allianz zwischen Verkäufer und Kunde gegen das eigene Unternehmen hat gerade in Zeiten von Preiserhöhungen und Lieferschwierigkeiten Hochkonjunktur. „Pech beim Denken“ in Reinkultur. Es mag menschlich sein, aber erfolgreich Verkaufen geht anders. Hier ist ein Perspektivenwechsel angesagt. Fokussiere dich auf die positiven Aspekte deines Angebots und mach dir klar: Du verkaufst mehr als ein Produkt. Du verkaufst ein Gesamtpaket. Lieferfähigkeit, Zahlungsbedingungen, Service ... und das Wichtigste: deine eigene Leistung in Beziehung, Beratung und Verkauf.

5. Mein Denken über meine Kunden

Wenn ich höre, wie sich Verkäufer über ihre Kunden unterhalten, frage ich mich oft, ob ich da selbst gerne

Kunde wäre. Kunden sind Menschen. Sie wünschen sich ehrliches Interesse an ihrer Person, an ihren Wünschen und Bedürfnissen. Erst gewinnst du einen Freund, dann einen Kunden. Hier ist vor allem Empathie gefragt. „Meinen Kunden kenne ich.“ – ein weit verbreiteter Glaubenssatz, der schon viel Umsatz gekostet hat. Was weißt du denn wirklich über deinen Kunden? Wie ist seine aktuelle Situation? Wo drückt ihn der Schuh gerade? Wie hoch ist sein Potenzial? Was sind seine Hobbys? Beschäftige dich mit deinen Kunden! Erst wenn du dich als Verkäufer um deinen Kunden kümmerst, kümmerst sich auch der Kunde um dich und dein Angebot. Du hast es verdient, genieße dein neues Mindset und deinen Vertriebsberuf!

Nie mehr Pech beim Denken - Das neue Mindset im Vertrieb

„Vorfahrt Vertrieb!“

Bei vielen Verkäufern schlägt leider oft Dringend (Betrieb) Wichtig (Vertrieb). Und das mit fatalen Folgen für Umsatz und Provision! Deshalb warne ich auch auf Verkaufsstagung FOR SALE Verkäufer davor, nicht erst mit Vertrieb anzufangen, wenn sie mit Betrieb fertig sind. Es gibt sonst immer eine neue E-Mail, die noch beantwortet werden will. Die Lösung für dieses Dilemma ist eine klare Prozessstruktur zwischen Vertrieb und Betrieb. Dies ist der schnellste und effektivste Hebel für mehr Erfolg im Verkauf. Ich rufe am 12. Oktober den Teilnehmern zu: „Seid Zeitgeostern!“.

Alle Mitarbeiter im Unternehmen werden nach Input bezahlt. Verkäufer nach Output. Und trotzdem haben so wenig Verkäufer den Fokus auf ihren vertrieblichen Aktivitäten. Dabei ist die Aktivität doch die Mutter des Vertriebs Erfolgs.

Es geht zuerst einmal um Schlagzahl, also besser unperfekt anfragen als perfekt abwarten. Die meisten Vertriebler leiden aus meiner Sicht als erstes daran, dass Sie nicht genug Kontakt mit ihrer Zielgruppe haben.

Dazu kommt, dass der Erfolg im Vertrieb meist nur allein von Abschlusszahlen abhängig gemacht wird. Eine sehr operlastige (Mis-)Erfolgsformel lautet: Gute Zahlen = gute Arbeit. Ob wir viel oder wenig verkaufen, liegt vielleicht zu fünfzig Prozent in unserer Hand. Die anderen fünfzig Prozent bestimmen Rahmenbedingungen die wir oft nicht beeinflussen können. Corona, Lieferfähigkeit, Konjunktur, Krieg, Sanktionen, Zinsen, ... Viele im Vertrieb verwechseln nach dem Motto: „Zahlen gut, alles gut“ gute Verkaufszahlen mit professioneller Vertriebsarbeit. Meine Formel für den Vertriebsprozess ist an den vertrieblchen Aktivitäten orientiert und lautet: **„Wenn ich**

- 1. Das Richtige**
- 2. richtig oft**
- 3. richtig gut**

mache, wird unter den aktuellen Rahmenbedingungen das bestmögliche Vertriebsergebnis erarbeitet.“

Du kannst nicht einhundertprozentig deine Ergebnisse steuern, da diese natürlich auch von den Rahmenbedingungen abhängig sind. Aber du kannst einhundertprozentig deine Aktivitäten beeinflussen.

Eine klare Prozesstrennung zwischen Betrieb (Tätigkeiten, die nicht sichtbar zum Verkaufserfolg beitragen, aber dennoch gemacht werden müssen) und Vertrieb (umsatzproduzierende Tätigkeiten) sorgt für die Umsetzung dieses Prinzips. Wenn du im Vertrieb wirklich erfolgreich sein willst, musst du deinen Fokus auf die umsatzproduzierenden Tätigkeiten legen. Dein Motto muss lauten: „Vorfahrt Vertrieb!“ Schauen wir uns die Formel für Vertriebsertfolg etwas genauer an:

1. Das Richtige

Verkäufer brauchen einen Plan, ein System in ihrer Vertriebsarbeit. Denn gerade, wenn es mal nicht so läuft, ist die erste Problemlösungsstrategie oft „Mehr vom Gleichen!“ (Vertriebs-)intelligenter wäre „Work smarter, not harder“. Stelle ich Verkäufern die Frage, was ihnen an ihrer Arbeit gefällt, ist eine der ersten Antworten: „Das große Maß an Freiheit“. Dann stellen wir allerdings schnell fest, dass dies keine bewusste Entscheidung der Verkaufsführung ist, sondern wenig Strategie, Prozesse, Ressourcen oder Führung – kurzum: keine Systematik! Erfolgreicher Vertrieb wird oft als künstlerisches Schaffen begrnadeter Einzelköhner gesehen.

Leider bestehen die meisten Vertriebssteams zirka aus 5-10 Prozent Top-Verkäufern, 75 Prozent Mittelmaß und 10-15 Prozent Dienst nach Vorschrift. Für maximalen Vertriebsertfolg und 75 Prozent braucht es ein System. Dazu werden beispielsweise die Aktivitäten und Methoden der Top-Verkäufer analysiert, systematisiert und skaliert. Das Talent, die Persönlichkeit dieser Verkäufer lässt sich nicht kopieren, ihre Arbeitsweise schon. So beginnt der Weg vom Talent- hin zum Systemvertrieb.

2. Richtig oft

Alle Menschen im Unternehmen werden nach Input bezahlt. Also wie viel Lebenszeit sie der Firma diesen Monat überlassen haben. Verkäufer werden nach Output bezahlt. Du kannst dich im Vertrieb den ganzen Monat nicht in der Firma blicken lassen, auf dem Golfplatz herumtreiben oder sonst wo, wenn du am Monatsende genügend Verträge mit Deckungsbeitrag abwirfst, wird dich dein Chef lieben.

Trotzdem fokussieren Verkäufer zu wenig auf EPA's Ergebnisproduzierende Tätigkeiten. Wenn ich zu einem Coaching gerufen werde à la „der Verkäufer verkauft zu wenig“, erlebe ich in neunehhalb von zehn Fällen, der Ver-

käufer hat zu wenig Kontakt mit seiner Zielgruppe. Es ist nicht so, dass seine Verkaufsgespräche so miserabel sind, dass kein Kunde kaufen kann. NEIN. Er spricht zu wenig mit potenziellen Kunden. Seine AVZ Aktive Verkaufszeit ist zu gering. In meinen Veranstaltungen frage ich gerne Verkäufer: „Würdest Du mehr verkaufen, wenn du mehr Kundentermine hättest?“ Antwort ist immer „Klar!“ – Meine Gegenfrage lautet dann „Warum machst du es dann nicht?“ Kontakte bringen Kontraktel

3. Richtig gut

Es geht darum, ein einmal installiertes Vertriebssystem immer wieder zu reflektieren und so weiter zu verbessern. Denn, gerade wenn es einmal nicht gut läuft, bringt nur mehr vom Gleichen eben meist nicht den gewünschten Erfolg. Im Talentvertrieb ist jede Aktivität nur ein gutgemeinter Einzelversuch. Wer aber permanent an seinem System arbeitet, gewinnt bei jeder Aktivität, denn er lernt und verbessert seine vertrieblchen Ansätze. Die Frage nach der Qualität der Ausübung zeigt schnell, dass Qualität eine Folge der Quantität ist. Fußballspielen lerne ich nur beim Fußballspielen und Telefonakquise nur bei der Telefonakquise. So wird dem Denkfehler „ich würde ja, wenn ich es könnte“ der Nährboden entzogen.

Mein Mindset ändert nicht mein Tun, sondern mein Tun ändert mein Mindset. Die Aktivität ist die Mutter des Erfolgs im (Vertriebs-)Leben. Und zwar mit Systematik, Disziplin, Mut und Optimismus.

Nutze das Umsetzungsprogram „Vorfahrt Vertrieb!“ – Mehr dazu hier QR Code oder am 12. Oktober in Velden!



Zeit für die Antarktis



©Peter Mosmann

Mit an Bord:
Reisebegleitung
Reinhold Messner



**Expeditions-
kreuzfahrt
Antarktis**
HANSEATIC nature

p.p. ab € **24.950,-**

Inkludierte Leistungen:
19 Tage Antarktis-Kreuzfahrt in gebuchter
Kabinenkategorie mit Vollpenstion - 2 Nächte
im Doppelzimmer im Firstclasshotel in
Buenos Aires, inkl. Frühstück, Betreuung
durch unsere Experten, Reiseleitung und
Crew - Vorbereitungsstreffen - Flüge inkl.
Taxen/Gebühren in Economy-Klasse
Reiseterrmin:
201. - 11.2.2025



Wir nehmen uns gerne Zeit:
Ihr Rueta Reisebüro Lounge Klagenfurt | Neuer Platz 2, 9010 Klagenfurt
sabine.orasch@rueta.at | 0463 56400
rueta.at/kreuzfahrten



Wählen Sie Ihren Event!

Wir kümmern uns um den Rest. Analog und digital.



Alles andere als Durchschnitt.

Mit Persönlichkeit und Temperament.



Kommt ganz schön groß daher...

...und legt Wert auf Perfektion.
Günstiger als man glaubt.



Klein aber fein.

Liebenswert mit beeindruckend großer Ausstrahlung.



Persönliche Note ohne Spaßbremse.

Lieber unangepasst als aalglatt.



Auffallen um jeden Preis...

...und so richtig schön die Sau rauslassen!

DAS IST UNSER BUSINESS.

+43 (0) 664 2807578 | stenitzermarketing.at

**STENITZER
MARKETING**

Stenitzer Marketing, Halleggerstraße 217, 9061 Klagenfurt am Wörthersee,
T+43 (0) 664 2807578, office@stenitzermarketing.at, www.stenitzermarketing.at