Ausgabe 2 Juni 2007 3. Jahrgang CHF 6.–

seminar.INSIDE

das Magazin für erfolgreiche Weiterbildung und Meetings

Fokus: Verkauf

Der Erfolg im Verkauf hängt von der Persönlichkeit ab

Bruno Erni erzählt was Verkaufen heute bedeutet

Erfolgstipps: Von Trainern, Coaches und Seminaranbietern

Meetings: Die besten Tagungslokalitäten

Gesundheitsmanagement: Wie Chefs Gesundheit fördern

Support: Nützliche Helfer unterstützen das Arbeiten

Fokus: Verkauf

Was dem Kunden nützt, verhilft auch mir zum Erfolg Seite 7

Ein gutes Produkt herzustellen oder eine Dienstleistung anzubieten, davon alleine kann kein Unternehmen leben. Erst durch den Verkauf, stellt sich der notwendige wirtschaftliche Erfolg ein. Dem Verkauf kommt hierbei eine besondere Bedeutung zu.

10 **Aktives telefonieren braucht Motivation und Selbstvertrauen**
Ernst Z´Graggen

11 **Für bessere Verkaufsresultate ...**
Robert F. Müller

Den Antrieb haben, die Menschen verstehen zu wollen Seite 8

Bruno Erni: Verkaufen heute, was hat sich geändert? Kein Verkauf erfolgt nur über das Produkt, viel wichtiger ist, die Fähigkeit des Erkennens der Wünsche des Kunden zu besitzen. Die Persönlichkeit des Verkäufers zählt mehr denn je. Menschen kaufen bei Persönlichkeiten – besonders wenn die Produkte oder Dienstleistungen gleich sind.

Gesundheitsmanagement

Wie die Chefs die Gesundheit fördern Seite 16
Visana Business

Ausfälle sind teuer. Ist ein Arbeitsplatz richtig besetzt, werden Absenzen reduziert und Kosten eingespart. Bereits bei der Einstellung neuer Mitarbeitenden können Weichen gestellt werden.

Trainer & Coaches

Bruno Birri

14 **Business-Mental-Training**

Peter Mayer

15 **In Mitarbeitende investieren**

Gregor Ziltener

18 **Erfolgreiches Erfahrungslernen im Hochseilgarten**

Peter Bürki

22 **Wie Wünsche zu Taten werden**

Themen

12 **Interne Kommunikation im Aufwind**
SPRI Schweizerisches Public Relations Institut

13 **«Ein Messer ohne Klinge, an dem der Griff fehlt»**
mediatiCo GmbH

21 **Spezialist für Outdoor Management Training**
OTA – Outdoor Training Academy

Rubriken

Events	Seite	5
NewsTicker	Seiten	6/20/32
Literatur	Seite	23
Trainerverzeichnis	Seite	24
Seminarlokalitäten	Seite	25
Support	Seite	31

Den Antrieb haben, die Menschen verstehen zu wollen

Verkaufen heute, was hat sich geändert? Kein Verkauf erfolgt nur über das Produkt, viel wichtiger ist, die Fähigkeit des Erkennens der Wünsche des Kunden zu besitzen. Die Persönlichkeit des Verkäufers zählt mehr denn je. Menschen kaufen bei Persönlichkeiten – besonders wenn die Produkte oder Dienstleistungen gleich sind. seminar.INSIDE sprach mit Bruno Erni, Inhaber der Bruno Erni Erfolgsberater GmbH, über heutige Anforderungen an den Verkauf.

seminar.INSIDE: Sie sagen, dass 70% beim Verkauf von der Persönlichkeit abhängt und nicht vom Produkt. Haben Sie ein Beispiel für Ihre These?
Bruno Erni: Für diese These gibt es ein einfaches Beispiel: Nehmen wir an, auf Ihrem Arbeitsweg befindet sich die Bäckerei «Gipfeli» und die Bäckerei «Weggli». Beide sind ideal auf Ihrem Arbeitsweg erreichbar und sie verkaufen gleich gute Produkte zum identischen Preis. Sie werden früher oder später nur noch in das Geschäft gehen, wo Sie sich auf Ihrer persönlichen Ebene angesprochen fühlen. Da kann das freundliche Lächeln beim «Guten Morgen», wenn Sie den Laden betreten, für Sie zum entscheidenden Kriterium werden. Da fühlen Sie sich wohl und werden von einem Menschen mit einer strahlenden Persönlichkeit bedient. Besonders dort, wo die Produkte gleichwertig sind, wird die Persönlichkeit des Verkäufers entscheidend sein.

Durch welche Tugenden zeichnen sich erfolgreiche Verkäufer aus?
Ein guter Verkäufer muss ein echtes Interesse am Menschen haben. Der Mensch und seine Bedürfnisse sollte er daher ins Zentrum seiner Überlegungen stellen. Daher ist es wichtig die Bedürfnisse abzuholen und nicht nur ein Produkt zu verkaufen. Zum erfolgreichen Verkaufen gehört auch zu wissen, wie die Menschen im Denken «funktionieren» und stets den Antrieb zu haben, die Menschen zu verstehen!

Zu den wichtigen Tugenden zählen Begeisterung, Fleiss, Ehrlichkeit und Offenheit. Dazu gehört insbesondere Versprochenes einzuhalten. Benötigt werden aber auch «Nehmerqualitäten», so darf ein «Nein» einen Verkäufer nicht aus der Bahn werfen und ihn nicht persönlich treffen. Eine jüngst in den USA herausgekommene Studie zeigte, dass fast 80% aller im Verkaufs-Aussendienst tätigen Personen innerhalb von drei Jahren ihren Job an den Nagel gehängt haben, weil sie die Absagen ihrer Kunden als eine persönliche Niederlage gewertet haben.

Welchen Anforderungen müssen sich heute im Verkauf tätige Menschen zusätzlich stellen?
Die Anforderungen an die Tätigkeit des Verkaufens an sich haben sich kaum verändert. Es sind nach wie vor die Persönlichkeit, Kommunikationsfähigkeit wie auch sympathisches Auftreten und eine gute Menschenkenntnis gefordert. Weitreichende, fundierte Kenntnisse der Produkte und Dienstleistungen setzt der Kunde heute voraus.

Hingegen sind mit der heutigen Technologie viele neue zusätzliche – auch administrative – Aufgaben und Kommunikationsmittel dazugekommen. Ein Verkäufer ist vom Grundcharakter her ein kommunikativer Mensch, dem Büroarbeiten nicht sonderlich liegen. Gerade hier sind die Anforderungen in den letzten Jahren stark gestiegen. Mit den modernen technischen Möglichkeiten Schritt zu halten, da sehen sich viele überfordert. Sie stossen an Grenzen und können sich weniger auf die eigentlichen Verkaufstätigkeiten konzentrieren, erreichen ihre Budgetziele nicht und kommen so noch zusätzlich unter Erfolgsdruck.

Wie weit haben heute elektronische Medien wie das Internet direkten Einfluss auf Verkaufsgespräche?
Der Kunde war noch nie so gut informiert wie heute, – dank dem Internet wird er schnell zu einem Experten. Ein schlecht informierter Verkäufer hat sicher schlechte Karten, wenn er sich nicht über die Produkte seiner Mitbewerber informiert. Mir persönlich gab das Wissen über die Stärken und Schwächen der Mitbewerber in den Verkaufsgesprächen unheimlich viel Sicherheit, Kompetenz und Selbstvertrauen.

«Erfolgreich verkaufen kann gelernt werden!», dies wird gerne von Trainern und Coaches propagiert. Ist das wirklich so?
Lernbar ist, die fachliche und sprachliche Kompetenz richtig einzusetzen. So ist es beispielsweise für einen Verkäufer in der Versicherungsbranche heute wichtig auch ein Finanz- und Altersvorsorgeprofi zu sein. Nur wer umfassend den Kunden beraten kann, wird auch eine Chance auf einen grossen Abschluss haben. So gesehen kann Verkaufen durchaus lernbar sein. Fakt ist, ein guter Verkäufer lernt nie aus!

Manche hoffen, mit dem Besuch von Verkaufs-, Persönlichkeits- oder Kommunikations-Seminaren ein «Patentrezept» für erfolgreiches Verkaufen zu erhalten. Was geben Sie in Ihren Seminaren den Teilnehmern diesbezüglich mit?
«Patentrezepte» gibt es sicher nicht, dazu sind die Verkaufstätigkeiten, die Kunden und die zu verkaufenden Produkte zu unterschiedlich. Wir versuchen

«Wussten Sie, dass 80% der Menschen die inneren Werte an Menschen zwar wichtig finden, aber nicht wissen, was es da alles für Charaktertypen gibt?», sagt Bruno Erni. Seit 2005 ist er als selbständiger Persönlichkeits- und Kommunikations-Trainer tätig. Er hat Ausbildungen wie «Train the Trainer» (Trainerausbildung) und ist lizenzierter Trainer bei Matthias Pöhm («bester Rhetoriktrainer im deutschsprachigen Raum», – Nordwest Zeitung) Weiter machte er diverse Zusatzdiplome in Kommunikation, Rhetorik, Motivation oder Verkauf. Mit 20 Jahren Kunden-Front-Erfahrungen besitzt Erni ein breites und fundiertes Praxiswissen.

Foto und Titelbild: Susi Müller, Atelier Foto S., Frauenfeld

zusammen mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern gemeinsam eine Art Bedienungsanleitung ihrer Gedanken zu erarbeiten. D.h.: Nach diesem Seminar sind die Teilnehmenden in der Lage, selbständig ihre Gedanken und Gefühle zu erforschen und ihre innewohnenden Kräfte für Wachstum und Selbstverwirklichung zu bewegen. Sie werden wissen, wie Menschen wirklich «funktionieren» und behalten damit auch in Stresssituationen einen klaren Kopf.

Sie haben die Wortmarke «Insider-Kommunikation®» geschaffen. Was ist darunter genau zu verstehen?
Unter der von mir patentierten Wortmarke «Insider-Kommunikation®» verstehen wir eine gemeinsame Sprache mit der man sich untereinander in Firmen unbewusst verbündet. Menschen, Freunde, Partner, Unternehmen und Abteilungen, sprechen die gleiche Sprache und wachsen so zusammen. Alle sitzen im gleichen Boot. Es entsteht ein respektvoller Umgang.

Insider-Kommunikation® umfasst die Themen:
- Erfolg mit Persönlichkeit
- Verkaufen mit Persönlichkeit
- Das Geheimnis des Denkens und Sprechens

Ihre Teilnehmerinnen und Teilnehmer gehen mit Ihnen auf eine «AHA-Expedition». Wie muss man sich das vorstellen?
Schon Konfuzius sagte: «Sage es mir – Ich werde es vergessen!
Erkläre es mir – Ich werde mich erinnern!
Lass es mich selber tun – Ich werde verstehen!
... und ich behaupte: «Lass es mich erleben und ich werde es nie vergessen.»
Denken Sie beispielsweise an Ihre Ferien. Sie werden sich sofort wieder daran erinnern, weil Sie Ihre Ferien erlebt und die Bilder davon wieder vor Augen haben, wenn Sie daran denken. Hingegen erzähle ich Ihnen von meinen Ferien, werden Sie dies spätestens nach einigen Tagen wieder vergessen haben.

Dieses Beispiel zeigt, dass erlebte Bilder mehr als Worte im Gedächtnis hängen bleiben. Anhand einer Metapher (in Form einer Geschichte) vermitteln wir die Themen Persönlichkeit, Verkauf und Kommunikation ganz anders! Die Teilnehmenden «reisen» mental, unterstützt mit Bildern, auf eine Insel und «erleben» gemeinsam eine spannende Geschichte. Sie nehmen aktiv an diesem Inselleben teil und lösen verschiedene Aufgaben. Somit wird das gelernte nicht nur in Worten abgespeichert, sondern bleibt auch in erlebten Bildern in Erinnerung.

Sie waren jahrelang sehr erfolgreich in der Versicherungsbranche im Verkauf tätig, haben eine der erfolgreichsten Hauptagenturen der Schweiz geleitet und zuletzt als Projektverantwortlicher grosse Projekterfahrung sammeln können. Was war für Sie am Anfang die Motivation in den Verkauf einzusteigen?
Einerseits war für mich damals der Reiz, die grosse Freiheit, den Arbeitsalltag selber einteilen zu können. Andererseits die Freude, mit Menschen zu tun zu haben und ihnen beim schwierigen Thema Versicherungen helfen zu können. Versicherungen als Produkt sind etwas sehr Abstraktes. Bei einem Auto zum Beispiel können Sie etwas verkaufen, was der Kunde anfassen und, wenn er sich hineinsetzt, das Leder der Sitze fühlen und riechen kann. Also etwas real Greifbares und alle Sinne beim Käufer werden angesprochen. Bei einer Versicherung erhalten Sie hingegen nur eine Police in Form eines Blatt Papieres. Daher war es für mich immer ein besonderer Anreiz, dem Kunden durch eine kompetente Beratung das Gefühl zu geben, nicht nur ein Stück Papier gekauft zu haben, sondern ihm ein Gefühl von persönlicher Sicherheit zu geben. Ich spürte sofort, dass in diesem Geschäft der Mensch zählt, Sympathie und Vertrauen zu wichtigen Erfolgsfaktoren wurden. Selbstverständlich konnte man dabei als erfolgreicher Verkäufer auch gut verdienen.

Sie hätten sicher weiterhin ein «ruhiges» Leben führen können. Was hat Sie dazu bewogen, den Trainerberuf zu ergreifen?
Seit meiner Kindheit interessieren mich die Gedanken der Menschen. Die Frage: «Warum gibt es erfolgreiche Menschen und warum weniger erfolgreiche?» zog mich immer wieder in den Bann. Den Entscheid, etwas Neues zu machen und in die Selbständigkeit als Erfolgsberater zu gehen, haben zwei Faktoren beeinflusst. Das war zum einen das Ende des Projektes und die Unterstützung meiner Frau, die zu mir sagte: «Du wolltest doch schon immer den Menschen helfen, dass sie besser kommunizieren, besser einander verstehen und miteinander umgehen können, dann mach dies doch!»

Was nehmen Sie aus den Seminaren für sich persönlich mit?
Das schönste Geschenk, sind die vielen positiven Stimmen, die zeigen, dass ich mit meiner Methode viele Teilnehmerinnen und Teilnehmen berühren konnte.

Vielen Dank für das Gespräch.

Bruno Erni Erfolgsberater GmbH
Im Zelgli 18
8442 Hettlingen
Tel.: +41 52 233 99 88
Fax: +41 52 233 99 89
Handy: +41 79 418 18 88
info@erfolgsberater.ch
www.erfolgsberater.ch