



## 10-Minuten-Check



### Mit Beharrlichkeit zum Ziel

Das Ziel zu erreichen ist nicht selten eine Frage der Beharrlichkeit. „Trotz guter Vorgaben und exakter Planung tauchen fast immer Schwierigkeiten auf, die zum vorzeitigen Aufgeben verleiten“, so der Trainer Marc M. Galal. „Der Weg des geringsten Widerstandes ist nun mal einfacher zu beschreiten, als mit Willenskraft Hindernisse zu umgehen oder zu beseitigen.“ Also liegt es nahe, sein Durchhaltevermögen zu steigern. Dazu gibt Galal folgende Tipps:

1. **Bestandsaufnahme:** Setzen Sie sich in Ruhe an Ihren Schreibtisch und ermitteln Sie den Status quo. Wie weit sind Sie schon gekommen? Erforschen Sie ihre persönlichen Stärken und Schwächen und setzen Sie diese gezielt ein.
2. **Es wirklich wollen:** Identifizieren Sie sich mit Ihrem Ziel und nutzen Sie es als Quelle der Kraft. Vertrauen Sie auf Ihre innere Stimme. Wenn Sie etwas partout nicht wollen, wird es auch an Durchhaltevermögen mangeln.
3. **Optimistisch nach vorne blicken:** Trauen Sie sich ruhig etwas zu; niedrig gesetzte Ziele fordern und befriedigen nicht. Diese zuversichtliche Grundeinstellung hilft auch Rückschläge, die nicht ausbleiben werden, zu akzeptieren und einen erneuten Anlauf zu machen.
4. **Schriftlich festhalten:** Nehmen Sie sich die Zeit und schreiben Sie auf, was Sie wollen. Indem Sie Ihre Ziele zu Papier zu bringen, führen Sie sich diese direkt vor Augen. Überprüfen Sie, ob alle Bereiche gleich gut laufen.
5. **Schritt für Schritt:** Zerlegen Sie den Weg zum Ziel in Einzelschritte. Auch Etappensiege beflügeln. Ebenso eine kleine Belohnung dafür.
6. **Geschwindigkeit anpassen:** Sie bestimmen Ihr Tempo. Schalten Sie einen Gang zurück oder beschleunigen Sie. Wie im Sport gilt: Ein Nahziel lässt sich im Sprint erreichen, nicht aber die Zielgerade beim Marathon-Lauf.
7. **Hindernisse umgehen:** Durchhaltevermögen bedeutet auch, nicht beim ersten Hindernis aufzugeben. Suchen Sie die beste Möglichkeit. Manchmal ist ein Umweg lohnender als der vermeintlich direkte Weg.
8. **Jetzt starten:** Durchhalten können Sie nur, wenn Sie auch starten. Machen Sie schnell den ersten Schritt. Neue Ideen beflügeln. Wer zögert, verpasst womöglich eine Chance. <

## Leserfrage

*Ich bin im Geschenke- und Dekoartikelvertrieb tätig. Weil viele Verbraucher mittlerweile online kaufen, werden die Einzelhändler zunehmend anspruchsvoller und wählerischer. Deshalb meine Frage: wie kann ich unsere Produkte und Aktionen so präsentieren, dass sie den Kunden überzeugen und begeistern?*

*(Lukas P., Konstanz)*

### Aus der Redaktion

Nachdem Sie nicht schreiben, wie Sie bislang präsentiert haben, nennen wir Ihnen die wichtigste Botschaft der Verkaufstrainerin Sandra Schubert. Sie ist der Ansicht: „Ein guter Verkäufer ist ein unterhaltsamer Verkäufer! Lassen Sie ruhig Humor und Spontaneität zu. Sie dürfen auch mal herzlich lachen. Sorgen Sie für gute Unterhaltung, denn der Kunde von heute will auch unterhalten werden“. Konkret gelingt dies, indem Sie mit Geschichten zur Marke oder zu Ihren Produkten amüsieren und informieren können.

Dazu müssen sie weder zum Entertainer, noch zum wandelnden Lexikon werden. Die Kunst ist es, zu fokussieren und vor jedem Besuch zu entscheiden, was Sie welchem Kunden nun in welcher Weise präsentieren. Überlegen Sie sich vor jedem Besuch, was Ihr Ziel ist und legen Sie sich eine individuelle Kernbotschaft für den Händler zurecht. Wie sind daraufhin die Schwerpunkte der Demonstration zu setzen? „Der unterhaltsame und überzeugende Verkäufer überlegt sich genau, wie er die Vorzüge seines Produktes zeigen kann. Er bezieht seinen Ansprechpartner möglichst mit allen Sinnen ein. Welche Botschaft kann der Händler fühlen, riechen, sehen? Was kann er selbst ausprobieren? Sinnlich vermittelte Produkthighlights können gerade unter Zeitdruck für entscheidende Aha-Momente sorgen“, weiß Schubert. Der Kunde begreift dann sprichwörtlich, was an diesem Geschenk- oder Dekoartikel das Besondere ist und wie er es selbst beim Konsumenten platzieren kann. „Lassen Sie den Kunden das Produkt selbst ausprobieren“, rät Schubert. Wenn es nur zum Anschauen ist, dann lassen Sie es ihn in die Hand nehmen, drehen und wenden. Lassen Sie es ihn ins Regal stellen und mit anderen Produkten kombinieren. Schließen Sie Ihre Präsentation mit einer Handlungsempfehlung und Tipps zur Präsentation ab. <

### Haben auch Sie eine Frage?

Wenden Sie sich an die Redaktion Außendienst Informationen, Tel. 0761 898-3031, Fax 0761 898-3112, E-Mail: [aussendienst-informationen@haufe-lexware.com](mailto:aussendienst-informationen@haufe-lexware.com).

#### Impressum:

Herausgeber: Haufe-Lexware GmbH & Co. KG, Munzinger Straße 9, 79111 Freiburg; E-Mail: [redaktion@aussendienst-information.de](mailto:redaktion@aussendienst-information.de); [www.haufe.de](http://www.haufe.de); Abonnenten-Service und Vertrieb: Haufe Service Center Freiburg, Tel. 0800 5050445 (kostenlos); Chefredaktion: Sandra Spier, Textbeiträge: Regina Mittenhuber; Nachdruck und Fotokopien auch auszugsweise nicht gestattet. Erscheinungsweise: vierzehntägig. ISSN 1860-6148, Druck: Druckerei Stückle.