

Dirk Preußners

Sicher auftreten im Technischen Vertrieb

Dirk Preußners

Sicher auftreten im Technischen Vertrieb

So überzeugen Sie Ihre Kunden

2., ergänzte Auflage



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Das Buch erschien in der 1. Auflage unter dem Titel
„Sicheres Auftreten für Ingenieure im Vertrieb“.

2., ergänzte Auflage 2009

Alle Rechte vorbehalten

© Gabler | GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2009

Lektorat: Barbara Möller

Gabler ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.
www.gabler.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: Nina Faber de.sign, Wiesbaden

Strichzeichnungen: Claudia Tendyra-Bablok

Satz: ITS Text und Satz Anne Fuchs, Bamberg

Druck und buchbinderische Verarbeitung: Krips b.v., Meppel

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Printed in the Netherlands

ISBN 978-3-8349-1485-9

Meinen Eltern

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

fachliche Kompetenz allein reicht heute nicht mehr aus, um Kunden und Geschäftspartner zu überzeugen. Erst durch Ihr sicheres Auftreten bekommen Sie Gelegenheit, Ihre Fachkompetenz unter Beweis zu stellen.

Welchen Nutzen bringt Ihnen dieses Buch?

Dieses Buch zeigt Ihnen, wie Sie im Technischen Vertrieb

- andere überzeugen,
- den täglichen Vertriebssituationen gewachsen sind,
- Ihre Vertriebsergebnisse verbessern,
- Ihr berufliches Ansehen und Ihren Einfluss steigern,
- Ihre persönlichen Ziele erreichen,
- mehr Sympathie gewinnen.

Wie setzen Sie die Inhalte dieses Buches in die Praxis um?

- Überfliegen Sie jedes Kapitel erst einmal, bevor Sie es lesen. So erhalten Sie einen Überblick über die für Sie besonders wichtigen Inhalte.
- Machen Sie zwischen den Kapiteln öfter eine Pause und reflektieren Sie das gerade Gelesene.
- Vergleichen Sie das Beschriebene mit Ihrer beruflichen Situation.
- Beschreiben Sie anderen Personen einige Kernaussagen, die Sie in diesem Buch gelesen haben, und diskutieren Sie diese gemeinsam mit ihnen. Setzen Sie sich mit den Themen auseinander.
- Überprüfen Sie Ihre Umsetzungserfolge. Fertigen Sie sich eine Liste an, in der Sie eintragen, wann Sie Neues ausprobiert oder Verbesserungen realisiert haben.

Auf Ihre Umsetzung kommt es an! Den größten Nutzen ziehen Sie aus diesem Buch, wenn Sie während des Lesens die Abschnitte markieren, die Ihnen besonders wichtig sind. Suchen Sie sich von den markierten Abschnitten drei heraus, deren Inhalte Sie umsetzen möchten, und tragen Sie diese in die unten stehende Tabelle ein. Erweitern Sie die Tabelle erst, wenn Sie Ihre „Top 3“ realisiert haben. Auf diese Weise sehen Sie, dass sich etwas „bewegt“, und werden motiviert, weitere Verbesserungen erreichen zu wollen.

Diese drei Denkanstöße realisiere ich:

Seite	Denkanstoß	Verbesserungs-Potenzial	umgesetzt bis

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	13
Teil I	
Erfolgsfaktoren für Ihr sicheres Auftreten	15
1. Kompetenz sichtbar machen	17
Fachwissen allein reicht nicht aus	17
Voraussetzungen für Ihr sicheres Auftreten	18
2. Körpersprache verstehen und bewusst einsetzen	23
Körpersprache interpretieren	23
Haltung, Gestik, Fußbewegung	27
Mimik und Augenkontakt	28
Distanzzonen	29
Übungen, die Sie weiterbringen	30
3. Fragetechnik und aktives Zuhören	33
Grundlagen der Fragetechnik	33
Fragetypen	34
Anwendung der Fragetypen in der Praxis	39
Aktiv zuhören	42
Übungen, die Sie weiterbringen	43
4. Argumentations-Judo	45
Grundlagen der Argumentation	45
Gesprächsablauf beim Argumentations-Judo	47
Einwände und Reaktionen	54
5. Ihre Geschäftskleidung: Klasse kann man sehen	58
Ihre „Verpackung“	58
Spielregeln für die Geschäftskleidung des Ingenieurs ...	59
Spielregeln für die Geschäftskleidung der Ingenieurin ..	64
Anpassung an die Spielregeln	66
Die 17 häufigsten Bekleidungsfehler des Ingenieurs ...	67
Die 15 häufigsten Bekleidungsfehler der Ingenieurin ...	68

6. Tisch-Etikette für die Vertriebspraxis	69
Etikette und deren Nutzen für Sie	69
Einladungen professionell durchführen	71
Tischregeln für Ihr sicheres Auftreten	74

Teil II

Wie Sie Vertriebssituationen beherrschen	83
--	----

7. Sicheres Auftreten bei der Neukundenakquisition	85
Potenzielle Kunden selektieren	85
Vertriebsradius erweitern	87
Telefonakquisition planen und durchführen	88
Messekontakte nutzen	90
Präsenz zeigen	93

8. Sicheres Auftreten bei der Kontaktaufnahme und beim Small Talk	95
Den Kommunikations-Motor warm fahren	95
Nehmen Sie Kontakt auf	97
Übungen, die Sie weiterbringen	100

9. Sicheres Auftreten in Präsentationen	102
Bestandsaufnahme	102
Ihr Bewertungsbogen	104
Kontrollieren Sie Ihr Lampenfieber und nutzen Sie es ..	106
Leitfaden für Ihr professionelles Auftreten in Präsentationen	109
Krisenmanagement für den Präsentations-GAU	114

10. Sicheres Auftreten in Verhandlungen	116
Grundlagen für Ihr sicheres Auftreten in Verhandlungen	116
Verhandlungsstrategie	119
Verhandlungstaktik	120
Eine Übung, die Sie weiterbringt	130

11. Sicheres Auftreten im internationalen Umfeld	132
Internationale Spielregeln beachten	132
Internationale Business-Etikette	136
Checkliste: Business-Etikette im internationalen Umfeld	141
Ausländische Gäste in Deutschland	142
Checkliste: Besuch internationaler Gäste	146

Teil III

Sichtbare Kompetenz von A bis Z	149
Downloads und Newsletter	170
Literatur	171
Schlusswort	173
Dank	174
Der Autor	175

Vorwort

Stellen Sie sich vor, Sie sitzen in der Lounge am Flughafen und warten auf das Signal zum Boarding. Sie betrachten die Maschine, in die Sie gleich einsteigen werden. Das Flugzeug sieht von außen etwas vernachlässigt aus. Kaum in der Kabine angekommen, registrieren Sie durchgessene Sitze. Die Sauberkeit lässt auch zu wünschen übrig. Dennoch – dieses Flugzeug wird, wie Sie auf Nachfrage bei der Besatzung erfahren, regelmäßig gewartet und ist in einem technisch einwandfreien Zustand.

Zwei Tage später fliegen Sie mit einer anderen Airline. Sie sehen schon von außen, dass es sich um ein Top-Fluggerät handelt. Innen treffen Sie auf zeitgemäßes Design und rund um Ihren Sitz ist es so sauber, als wären Sie unter den Passagieren, die den Jungfernflug erleben dürfen.

Welche Airline empfehlen Sie weiter? Welcher Airline trauen Sie in Bezug auf Sicherheit und Professionalität mehr zu? Wahrscheinlich werden Sie auf beide Fragen antworten: Airline B. Aber warum? Obwohl Sie keine Beweise für einen konkreten technischen Mangel bei Airline A finden, der die Flugsicherheit beeinträchtigen könnte, lassen Sie sich von Ihren ersten Eindrücken bei der Empfehlung leiten: Airline A ist schlechter als Airline B. Ihre Einschätzung basiert auf Ihrer Wahrnehmung des äußerlichen Erscheinungsbildes beider Flugesellschaften. Obwohl diese Äußerlichkeiten für die Funktionstüchtigkeit des Flugzeugs völlig unwesentlich sind, trauen Sie Airline B mehr Kompetenz zu. Wir können auch von „virtuellem Nutzen“ sprechen, der durch ein sauberes, professionelles Erscheinungsbild generiert und Ihnen, dem Kunden, somit sichtbar gemacht wird.

Ebenso verhält es sich mit Ihrem Auftreten als Ingenieur. Ihre Fachkompetenz ist bei der Kontaktaufnahme mit neuen Kunden, in Präsentationen oder Verhandlungen nicht direkt sichtbar.

Sie kennen die Regel: Der erste Eindruck ist entscheidend! Durch Ihr Auftreten und Ihre Sprache können Sie später andere von Ihrer Kompetenz überzeugen. Doch dafür müssen Sie es erst einmal schaffen, zu Wort zu kommen. Entscheiden Sie selbst: Wie sind *Sie*

bisher dabei vorgegangen, Ihre Kompetenz sichtbar zu machen?
Wie Airline A oder Airline B?

Es fällt immer wieder auf, dass die Außenwirkung von Ingenieuren im Vertrieb vieles zu wünschen übrig lässt. Ein Manko ist besonders augenfällig: Ingenieuren fehlt es oft an sicherem Auftreten. Das soll kein Vorwurf sein; es ist nur bedauerlich, dass sich Ingenieure selbst – und damit auch ihr Produkt – häufig schlecht „verkaufen“.

Mit diesem Buch möchte ich Ihnen meine internationalen Erfahrungen zu diesem Thema nutzbar machen und Ihnen zahlreiche Denkanstöße geben. Mein Ziel ist es, Ihr vertriebsrelevantes Auftreten und die damit verbundene Kommunikation zu verbessern.

Dieses Buch habe ich speziell für Ingenieure verfasst. Mit jedem einzelnen Kapitel möchte ich Sie, als Ingenieur im Vertrieb, dazu einladen, über Ihr Auftreten und Ihre Redegewandtheit nachzudenken und somit Ihre vorhandenen Fähigkeiten weiter auszubauen. Es ist eine praxisnahe Anleitung, die Ihnen Möglichkeiten aufzeigt, Ihr Auftreten zu verbessern und Ihre Kompetenz sichtbarer zu machen. Professionelles Auftreten kann häufig mit wenig Aufwand verbessert werden, so dass Sie sowohl geschäftlich als auch persönlich von dieser Veränderung profitieren. Die vorliegende 2. Auflage wurde um ein neues Kapitel ergänzt. Hierin erfahren Sie, wie Sie bei der Neukundenakquisition planvoll und strukturiert vorgehen und das volle Programm der Akquise-Skala ausspielen.

Wenn im folgenden Text von Managern, Geschäftspartnern etc. die Rede ist, so ist damit immer auch die Kollegin gemeint. Um Ihnen das Lesen zu erleichtern, habe ich einheitlich ein grammatikalisches Geschlecht verwendet. Wenn im folgenden Text von *Produkt* die Rede ist, so ist damit auch ein System bzw. eine Anlage oder Dienstleistung gemeint. Die in den Beispielen genannten Namen und Orte sind fiktiv. Ähnlichkeiten mit Personen sind rein zufällig.

Viele neue Eindrücke und sicheres Auftreten wünscht Ihnen

Ihr Dirk Preußners

München im Januar 2009

Teil I

Erfolgsfaktoren für Ihr sicheres Auftreten

1. Kompetenz sichtbar machen

Was Sie in diesem Kapitel erwartet

Dieses Kapitel zeigt Ihnen, warum Fachwissen allein nicht ausreicht, um beruflich erfolgreich zu sein. Sie erfahren, welche Voraussetzungen erfüllt sein müssen, um in Vertriebs-situationen sicher aufzutreten. Zahlreiche Beispiele aus der Praxis veranschaulichen, welchen Einfluss Ihr Auftreten auf Ihre Vertriebsziele haben kann.

Fachwissen allein reicht nicht aus

Die Verpackung ist genauso wichtig wie der Inhalt. Eine ansprechende, professionelle Verpackung eines Produktes sendet Botschaften, die das Unterbewusste in etwa so deutet: Das Produkt ist einwandfrei, mit diesem Produkt werde ich keine Probleme haben, es birgt keinerlei Risiken.

Ihre Verpackung als Ingenieur ist das sichere Auftreten. Ihre Kunden übertragen das professionelle Auftreten nicht nur auf die Person, sondern indirekt auch auf das Unternehmen, das Produkt oder die zu erbringende Leistung.

Wenn in einem Auto ein V8 Motor mit 6 750 cm³ Hubraum eingebaut ist, dann stellen wir uns vor, wie die Kolben von der Größe einer Konservendose dort für den Antrieb arbeiten. Doch erst wenn wir die Zusatzinformation bekommen, dass es sich um einen Rolls-Royce handelt, baut sich in unserem Kopf ein Bild auf: Aussehen, Qualität, Zuverlässigkeit, Image, Marktwert etc. Das Fahrzeug überzeugt nicht ausschließlich durch seine Leistungsdaten, sondern auch durch seine Optik. Ein Kratzer an der Tür, eine Beule im Kotflügel oder störende Nebengeräusche beim Fahren würden den Gesamteindruck des Fahrzeugs beeinträchtigen. Genauso wie dieses Fahrzeug überzeugen Sie nicht nur durch Ihre Fachkenntnis – Ihre „Leistungsdaten“ –, sondern auch durch ein professionelles, sicheres Auftreten.

Machen Sie Ihre Kompetenz sichtbar!

Ingenieure sind in der Regel fachlich sehr gut ausgebildet und denken logisch und strukturiert. Die meisten sind „0-1-Denker“, die sich auf die notwendigen fachlichen Themen konzentrieren, um ihre Vertriebsziele zu erreichen. Diese positiven Eigenschaften allein reichen jedoch heute nicht mehr aus, um Gesprächspartner zu überzeugen und hochwertige technische Produkte zu vertreiben. Erst mit der Formel *fachliche Kompetenz plus sicheres Auftreten* erlangt man als Ingenieur im technischen Vertrieb Zugang zu seinen Kunden. Nur damit bekommt der Ingenieur Gelegenheit, den Nutzen seines Produktes zu erläutern und Vertriebsfolge zu erzielen.

Sich selbst und ihr Produkt gut verkaufen, das können nur die wenigsten Ingenieure. Während des Studiums bekommt ein angehender Ingenieur fast ausschließlich fachliches Wissen vermittelt. Oder wurde Ihnen während Ihrer Ausbildung etwas über Auftreten, Erscheinung, Fremdbild und verborgene Kundenbedürfnisse beigebracht?

Sie müssen sich nicht verbiegen, um sicher aufzutreten, aber Sie können auch nicht erwarten, dass man Ihre Kompetenz erahnt.

Voraussetzungen für Ihr sicheres Auftreten

Mit den Voraussetzungen für ein sicheres Auftreten verhält es sich wie mit einem Hemd, das Sie zuknöpfen wollen. Wenn Sie mit dem Zuknöpfen nicht richtig beginnen, wird es oben am Kragen nicht passen.

Voraussetzung für Ihr sicheres Auftreten im Vertrieb ist, dass Sie

- fachlich kompetent sind,
- ausgeglichen sind,
- authentisch sind,
- die Spielregeln Ihrer Branche berücksichtigen.

Fachliche Kompetenz

Die fachliche Kompetenz ist dank Ihrer guten technischen Ausbildung in der Regel gegeben. Produkt- oder branchenspezifische Kenntnisse und Fähigkeiten können Sie sich aufgrund dieser soliden und schwerpunktübergreifenden Kompetenz schnell aneignen.

Ausgeglichenheit

Grundlage Ihres erfolgreichen Auftretens ist Ihre Gesundheit. Physische und psychische Stabilität bilden somit das Fundament. Ihr soziales Umfeld – Beruf, Familie und Freunde – bildet die tragenden Säulen Ihrer Persönlichkeit und ist Voraussetzung für Ihr Selbstwertgefühl, auf dem Ihr sicheres Auftreten basiert. Die folgende Abbildung gibt einen Überblick.

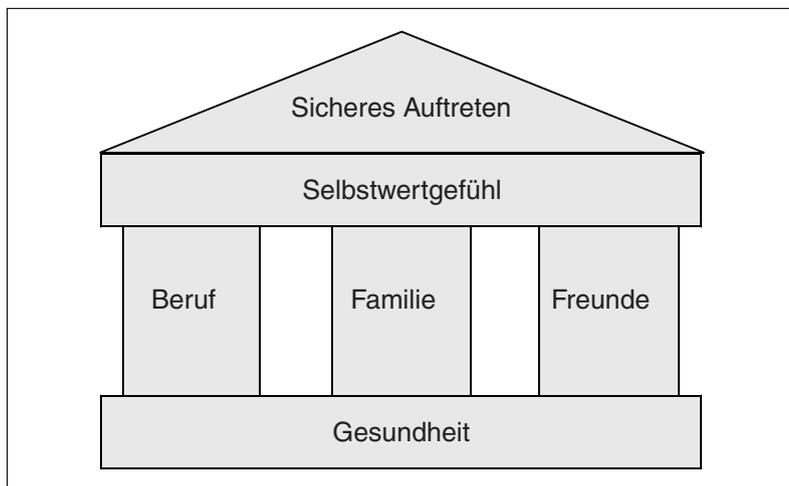


Abbildung 1: Aufbau des sicheren Auftretens

Nur wenn zusätzlich zur Basis *Gesundheit* die Säulen *Beruf*, *Familie* und *Freunde* intakt sind, können sie das *Selbstwertgefühl* tragen, auf dem letztlich Ihr sicheres Auftreten beruht. Nur so werden Sie langfristig überzeugen. Achten Sie darauf, dass Sie eine Ausgewogenheit zwischen Beruf, Familie und Freunden erreichen, da ansonsten die Stabilität Ihrer tragenden Konstruktion nicht mehr gewährleistet wäre.

Authentizität

Ein Seminarteilnehmer erzählte mir von einem Gespräch mit seinem Chef, bei dem er seinem Vorgesetzten sagte, er hätte ein Problem mit den Inhalten der geplanten Kundenpräsentation. Darauf sein Chef: „Sie haben kein Problem mit den Inhalten der Präsentation, sondern mit Ihrem Leben.“ In diesem Fall hatte der Chef leider Recht. Warum? Der Teilnehmer engagierte sich stark im Beruf, eine 70-Stunden-Woche war für ihn Routine. Zwangsläufig blieb wenig Zeit für eine ausgleichende Freizeitgestaltung oder für Beziehungen – es fehlte also an Sozialkontakten. Dadurch war sein Selbstwertgefühl angegriffen. Seine Ausstrahlung deckte sich nicht mehr mit seinem Verhalten. Seine Authentizität schwand.

Lassen Sie mich an dieser Stelle kurz erläutern, was wir unter Authentizität zu verstehen haben: Authentizität heißt Echtheit, Zuverlässigkeit und Glaubwürdigkeit. Das heißt, das gesprochene Wort stimmt mit dem Auftreten eines Menschen überein. Bezogen auf Ihr Auftreten als Ingenieur: Wenn Ihr äußerer Eindruck mit Ihrem Denken, Ihrer Sprache und Ihrem Handeln übereinstimmt, sind Sie authentisch.

Vermeiden Sie es, perfekt aufzutreten. Perfektion stößt ab. Sicheres Auftreten heißt nicht, perfekt zu sein. Seien Sie so, wie Sie sind, aber berücksichtigen Sie die Spielregeln Ihrer Branche.

Die Spielregeln Ihrer Branche

Jede Branche hat bestimmte Spielregeln. Nehmen wir beispielsweise die Regeln für die Geschäftskleidung. Ingenieure tragen Anzüge, jedoch selten Dreiteiler wie ein Bankangestellter. Hier ist Anpassung gefragt. Die Kleidung, die Sie im Beruf tragen, sollte auf Ihre Branche abgestimmt sein. Hierfür sind besondere Spielregeln nötig, um sicher aufzutreten.

Je stärker Sie von Ihren Kenntnissen, Fähigkeiten und Ihrem Tun überzeugt sind und wissen, dass diese den Erwartungen entsprechen, desto sicherer treten Sie auf.

Im Folgenden möchte ich Ihnen zwei Beispiele aus der Praxis näher bringen, um die Notwendigkeit professionellen Auftretens im Vertrieb stärker zu untermauern.

Beispiel

Ein Kunde verriet mir abends bei einem Bier, worauf er achtet, wenn er mit Vertriebsingenieuren verhandelt: Er sagte: „Einer, der mit Kugelschreiber Veränderungen auf seiner Visitenkarte vornimmt, der nimmt es nicht so genau mit der Professionalität. Und eine Firma, die solche Leute im Vertrieb hat, handelt genauso unprofessionell bei ihren Produkten. Das Risiko ist mir zu groß.“

Sie sehen, hier geht es nicht um fachliche Kompetenz. Hier geht es um einen Eindruck auf außerfachlichem Gebiet, der auf fachliche Gebiete übertragen wird.

Beispiel

Der Vertriebsleiter eines renommierten deutschen Unternehmens der Feinmechanik besuchte gemeinsam mit einem seiner Vertriebsingenieure ein Unternehmen, das Getränkeautomaten herstellt. Die beiden Vertriebsmitarbeiter hatten ihre Hausaufgaben gemacht: Durch eine kundenspezifische Lösung und ihren bisherigen professionellen Auftritt erreichten sie die Endverhandlung des Auftrags.

Das Gespräch verlief positiv und nach zwei Stunden waren alle vertragsrelevanten Punkte geklärt. Der Einkäufer wollte den Vertrag nur noch von der Geschäftsführung unterschreiben lassen und ihn dann zur Gegenunterschrift an den Vertriebsleiter schicken. Die Vertriebsmitarbeiter stimmten zu, verabschiedeten sich. Der Einkäufer blieb in seinem Büro und die beiden Vertriebsmitarbeiter machten sich auf den Weg zu ihrem Fahrzeug, das sie vor dem Gebäude geparkt hatten. Schon im Hausflur begann der Vertriebsleiter von einer lustigen Feier zu erzählen. Während die beiden so gut gelaunt über den Hof zu ihrem Auto gingen, sah der Einkäufer aus dem Fenster heraus zwei fröhlich lachende Vertriebsmitarbeiter auf dem Weg zu ihrem Auto.