

# Verkaufstief?

Die gesamte PBS-Branche stöhnt, weil die Umsätze in den Keller rauschen. Die Erfahrung zeigt aber, dass gerade Krisen Chancen bieten. Verkaufstrainer Mike Classen gibt fünf Tipps, mit denen Sie wieder in die Erfolgszone kommen.



Im Verkauf sind sie unvermeidbar: Phasen, in denen es einfach nicht so gut läuft. Verkaufstiefs, in denen – aus welchen Gründen auch immer – die Zahlen nach unten gehen. In solchen Phasen brauchen Sie und Ihr Team schnell Erfolgserlebnisse, um sich von dem Tief nicht demotivieren zu lassen. Hier sind fünf Tipps und Strategien dafür.

## Tipps

### Starten Sie Aktionen, die sofort mehr Umsatz bringen

Hier drei Beispiele für Aktionen, die sich als sofortige Umsatzbringer bewährt haben. Starten Sie mindestens eine dieser Aktionen rechtzeitig, bevor sich ein Tief festsetzt.

#### ✓ Beispiel: Büro-Verbot

In vielen Unternehmen gibt es zur Haupt-Saison ein Urlaubsverbot – es werden einfach alle Mitarbeiter gebraucht. Nutzen Sie diese Idee, wenn Sie dringend mehr Umsatz brauchen: Sprechen Sie ein „Office-Verbot“ aus! Für einen bestimmten Zeitraum

dürfen Ihre Mitarbeiter einfach keine Zeit im Büro verbringen, sondern die komplette Arbeitszeit bei Kunden.

#### ✓ Beispiel: EPA

Die drei Buchstaben stehen für „erfolgsproduzierende Aktivitäten“. Konzentrieren Sie sich – wenn ein Tief droht oder da ist – allein auf Aktivitäten, die Ihnen tatsächlich Erfolge bringen. Natürlich weiß jeder, was allgemein im Verkauf Erfolg bringt, aber die wenigsten Verkaufsteams haben die eigenen EPA ermittelt. Setzen Sie deshalb ein Meeting zum Thema EPA an. Identifizieren Sie in Ihrem Team genau die Aktivitäten, die schnell Verkaufserfolge bringen. Hier kann jeder Mitarbeiter eigene Erfahrungen einfließen lassen und an die Kollegen weitergeben. Ab sofort stehen dann nur noch diese EPA auf der To-do-Liste Ihrer Mitarbeiter. Alles andere kann liegen bleiben.

#### ✓ Beispiel: Wettbewerbe

In vielen Branchen wird dieses klassische Instrument überhaupt

nicht (oder nicht mehr) genutzt. Sie sollten es versuchen, wenn Sie aus einem Verkaufstief herauswollen: Starten Sie einen Wettbewerb, mit dem Sie den Erfolgswillen Ihrer Mitarbeiter kurzfristig anstacheln: Wer ist der umsatzstärkste Mitarbeiter der Woche/des Monats? Fragen Sie Ihre Mitarbeiter, was sie als Preis glücklich machen würde. Das muss nicht immer eine teure Geldprämie sein. Denkbar ist auch eine Einladung zum Essen

Mike Classen: „Verordnen Sie Ihren Mitarbeitern außerplanmäßige Treffen mit besten 1a-Kunden, zu denen sie sehr gute Beziehungen haben.“

#### Extra-Tipp: Nie Rabatte

Lassen Sie sich niemals – wirklich niemals – in einem Verkaufstief dazu hinreißen, die Preise zu senken und Kunden mit Rabattaktionen zu ködern. Damit würden Sie eine Abwärtsspirale losstreten, aus der Sie kaum noch herauskommen. Schlimmstenfalls animieren Sie Ihre Konkurrenten dazu, Ihre Rabatte noch zu unterbieten. Auf jeden Fall aber verderben Sie sich Ihre Kunden, die fortan kaum noch bereit sein werden, Ihren Normalpreis zu zahlen.

für das gesamte Team, wenn das Ziel erreicht wurde, mit Ehrung der besten Verkäufer.

## **Tipp 2**

### **Identifizieren Sie die Gründe**

Auch wenn Sie durch solche Sofort-Aktionen schnell Erfolge erzielen und wieder in die Erfolgszone kommen: Analysieren Sie genau, warum Sie überhaupt in dieses Tief geraten sind. Wenn die Gründe nicht offen auf der Hand liegen (z.B. abgesprungener A-Kunde, aggressiver neuer Konkurrent etc.), liegen immer wieder hier die Ursachen:

- ✓ Nachlassende Motivation oder Einreißen schlechter Angewohnheiten im Team (Abhilfe schafft Tipp 3).
- ✓ Fähigkeiten und Kompetenzen der Verkaufsmitarbeiter reichen für die aktuellen Probleme nicht aus (Abhilfe schafft Tipp 4).
- ✓ Fehlende Systematik im Verkaufsprozess (siehe Tipp 5).

## **Tipp 3**

### **Sorgen Sie für motivierte Stimmung**

Eine hohe Motivation über lange Zeit hinweg aufrechtzuerhalten kann schwierig sein. Deshalb ist eine nachlassende Motivation immer wieder die Ursache für Tiefs im Verkauf. Starten Sie also gezielte Aktionen, um die Motivation im Team zu stärken. Hier nur drei Beispiele:

- ✓ Verordnen Sie Ihren Mitarbeitern außerplanmäßige Treffen mit besten 1a-Kunden, zu denen sie sehr gute Beziehungen haben. Das erinnert Ihre Mitarbeiter an ihre Erfolge und stärkt Selbstbewusstsein und Zuversicht.
- ✓ Haben Sie das Gefühl, Ihr Team ist in einem Tief bereits

verkrampft, starten Sie Aktionen, um wieder Lockerheit und Leichtigkeit ins Team zu bringen: ein gemeinsames Fest, ein freier Tag, eine Unternehmung, bei der nicht über die Arbeit gesprochen werden darf.

- ✓ Stoppen Sie Nörgler und Bedenkenräger in Ihrem Team. Sorgen Sie dafür, dass in Besprechungen und Meetings nicht nach Schuldigen gesucht wird, sondern nur nach Lösungen und Perspektiven.

## **Tipp 4**

### **Holen Sie sich einen Trainer**

Was macht ein Sportler, der in einem Leistungstief steckt? Richtig. Er trainiert mehr. Er absolviert zusätzliche Einheiten mit seinem Trainer oder erarbeitet ein neues Programm mit ihm, um Schwächen auszubügeln und sich neue Fähigkeiten anzueignen.

Machen Sie es in Ihrem Verkaufsteam genauso: Holen Sie sich einen Verkaufstrainer, der Sie und Ihre Mitarbeiter trainiert. Im Idealfall analysiert dieser genau, wo die Schwächen und ungenutzten Potenziale der einzelnen Mitarbeiter liegen, und stellt daraufhin einen Trainingsplan auf, der gezielt zu Leistungssteigerungen führt.

Auch in Meetings und Brainstormings können Sie Ihre Mitarbeiter coachen. Eine Idee für den Einstieg: Fordern Sie jeden Mitarbeiter auf, mindestens fünf Dinge zu nennen, die Ihr Team im Verkauf besser machen kann!

## **Tipp 5**

### **Haben Sie einen Plan?**

Das ist einer der häufigsten Gründe für nachlassenden Erfolg. Ein Grund, der aber selten erkannt wird. Es fehlt die Systematik im Verkaufsprozess: Eine festgelegte Folge von Schritten, die den Verkaufsprozess in Ihrem Team

### **Extra-Tipp: Loben Sie Ihre Mitarbeiter!**

Bei Lob, das emotionale Wirkung zeigen soll, kommt es für Sie auf eine schnelle Reaktion an. Geben Sie sofort nach Erfolgen, auch wenn sie nur klein sind, ein positives Feedback. Ist der Eindruck des Erfolgs noch frisch, entfaltet Ihr Lob die größte Wirkung. Kommt das Feedback erst Wochen später, ist die Emotion schon längst verfliegen.

beschreibt und nachvollziehbar macht.

Ohne ein solches System kann es gut funktionieren, wenn die Zeiten gut sind, wenn das Angebot neu und beliebt ist, wenn die Konkurrenz es auch nicht besser macht, wenn das Team hochmotiviert ist.

Trifft das jedoch nicht mehr zu, fehlt das definierte System an allen Ecken und Enden. Sie wissen dann einfach nicht, an welchem Rad Sie drehen müssen, um Ihre Erfolge auszubauen (oder um wieder zurück in die Erfolgsspur zu kommen).

Ich empfehle Ihnen deshalb, mit einer Verkaufsstrategie oder einem Akquisitionsplan zu arbeiten, der den Weg von der Adressgewinnung bis hin zum erfolgreichen Verkaufsgespräch möglichst genau beschreibt.

Das Muster eines solchen Akquisitionsplans können Sie gern per E-Mail bei mir anfordern.

**info@classen-training.de**

*Autor: Mike Classen,  
Zertifizierter Verkaufstrainer,  
Business Coach IHK  
Abonnements für den monatlich erscheinenden Gratis-Coachingbrief mit Praxis-Tipps für Verkauf und Führung unter:  
**www.classen-training.de***