



„Der Verkauf selbst ist nicht der Akt. Aber alles, was danach kommt, ist entscheidend“: Sandra Baudermann, Dozentin des IHK-Workshops „Verkaufspotenziale entfalten“.

# Wer sich nicht verstellt, verkauft

Bei einem IHK-Weiterbildungsangebot vermittelt Sandra Baudermann, was gute Verkäuferinnen und Verkäufer ausmacht – und wie man eine/r wird

## VON STEPHAN JOHNNEN

**W**as macht einen guten Verkäufer aus? Ist es der smarte Small-Talker, der auch einem eingefleischten Klettverschluss-Fan zehn Paar Schnürschuhe verkauft? Wohl kaum. „Der Schlüssel ist immer die Leidenschaft, nicht die Idee des Verkaufens“, sagt Sandra

Baudermann. Wer kräftig die Phrasendreschmaschine betätigt, mit schönklingenden Sätzen Kunden einlullt und Schlüsselwörter herauspickt, um stets wieder ins Verkaufsgespräch einzusteigen, wird am Ende des Tages vielleicht verkaufen – aber keine langfristige Beziehung zu Kunden aufbauen. Echtes Interesse, glaubhafte Empathie, Authentizität und Ehrlichkeit seien der Schlüssel zum Erfolg.

„Wer glaubt, dass ich ihm einen Universal-Werkzeugkasten für schnelle Abschlüsse in die Hand drücke, ist bei mir an falscher Stelle“, sagt die Expertin, die im November (siehe Infobox) den IHK-Workshop „Verkaufspotenziale entfalten“ für Vertriebsmitarbeiter leitet. Guten Gewissens verkaufen zu können – das ist bei der Expertin vor allem eine Frage der Haltung, der inneren Einstellung – nicht von Taktik und Strategie. ▶



## INFO

Es gibt einen einfachen Grundsatz: „Wenn es einen echten Bedarf gibt, möchte der Mensch kaufen. Aber er möchte nie etwas verkauft bekommen“, erklärt die Beraterin. Unternehmen stellt sie die Frage, was ihnen wichtiger ist: Brutto- oder Netto-Geschäfte? Schneller Absatz mit hohem Potenzial, Unzufriedenheit zu generieren oder kontinuierliche, langfristige Geschäftsbeziehungen, die auf Vertrauen fußen und mittel- und langfristig deutlich lukrativer sind – kostenloses Empfehlungsmarketing inklusive. In ihrem Vertriebsworkshop geht es daher nicht um neuro-linguistische Programmierung, psychologische Kniffe der Gesprächsführung und Strategien der Absatzmaximierung. Die erste und wichtigste Frage an jeden Vertriebsmitarbeiter lautet daher: Weißt du eigentlich, wer du bist?

### Eigene Haltung statt Worthülsen: Warum Authentizität verkauft

Klingt ein bisschen schräg? Nicht, wenn man sich vor Augen hält, wie es auf potenzielle Kunden wirkt, wenn die Körpersprache des Vertrieblers komplett andere Signale aussendet als das gesprochene, geschliffene Wort. Es ist nur schwer zu verbergen, wenn Menschen das Gefühl haben, nicht in der eigenen Haut zu stecken, wenn es an innerer Stabilität fehlt.

Aus diesem Grund ist der „Universal-Werkzeugkasten“ auch der falsche Weg, findet Baudermann. „Natürlich gibt es Werkzeuge und Techniken, aber deren Anwendung gegen die innere Einstellung führt in die maximale Anpassung. Wir können nicht nur Theater spielen. Das eigene Verhalten folgt logisch der eigenen Haltung.“ Statt Anpassung, Rhetorikschulung und NLP setzt sie auf die größte Ressource, die jede Verkäuferin,

### „Verkaufspotenzial entfalten“: Workshop am 9. November bei der IHK Aachen

Im Auftrag der IHK bietet Sandra Baudermann den Workshop „Verkaufspotenziale entfalten“ am 9. November, 9 bis 16.30 Uhr, in den Seminarräumen der IHK an der Theaterstraße 6 – 10 in Aachen an. Vermittelt werden Schlüsselkompetenzen für erfolgreiches Verkaufen und professionelle Kundengewinnung. Ein effektives Training kann Vertriebsmitarbeitern helfen, die Kommunikationsfähigkeiten zu verbessern, Kunden besser zu verstehen, Bedürfnisse zu erkennen, Einwände zu überwinden und langfristige Beziehungen aufzubauen. Es hilft ihnen, die Pro-

dukte oder Dienstleistungen, die sie verkaufen, besser zu präsentieren und den Kundennutzen zu verdeutlichen. Ebenso behandelt werden unter anderem die Themen Haltung und Verhalten, Kundenorientierung und Beziehungsmanagement sowie die Frage, welche Motive hinter bestimmten Verhaltensweisen stecken. Mehr Infos beim Team Weiterbildung der IHK Aachen.



IHK Aachen  
Team Weiterbildung  
Tel.: 0241 4460-650  
wb@aachen.ihk.de

jeder Verkäufer selbst mitbringt: Haltung, den eigenen Typ, Charakter.

Ihre Philosophie der Beratung und des Coachings stellt daher die einzelnen Menschen in den Mittelpunkt, nicht Prozesse oder Organisationsabläufe. Es gilt, die eigenen Fähigkeiten, Stärken und Schwächen zu erkennen, die eigenen Ressourcen zu kartographieren und womöglich zum ersten Mal bewusst nutzbar zu machen. Aus vermeintlichen Schwächen positive Energie zu ziehen – das ist die Idee hinter dem sogenannten Reframing. Denn wer seine Bedenken oder gar Zweifel zu unterdrücken versucht, darf sich darauf einstellen, dass das eigene Unterbewusstsein dafür sorgt, dass nichts lange im Verborgenen bleibt. Kurzum: Wer verkaufen möchte, sollte Darsteller sein, kein Schauspieler. Dazu gehört auch die Ehrlichkeit zu erkennen, wenn das Produkt nicht zum Kunden passt.

**„Wenn es einen echten Bedarf gibt, möchte der Mensch kaufen. Aber er möchte nie etwas verkauft bekommen“**

Sandra Baudermann,  
Dozentin des IHK-Workshops  
„Verkaufspotenziale entfalten“

Schwächen ergänzen und aufheben, gewinnt das gesamte Team an Schlagkraft und Motivation. „Es braucht in einer Gruppe immer alle Anteile, damit von alleine alles in Bewegung kommen kann“, sagt Baudermann. Eine Überlast einer Rolle kann ebenso hemmen wie Vakanzen bei einzelnen Rollen.

Gute Vertriebsarbeit ist Teamarbeit. Mit „Verkaufspotenziale entfalten“ meint die Expertin daher nicht Absatzmaximierung, sondern die innere Befähigung der einzelnen Menschen, nicht Schauspieler, sondern Darsteller zu sein.

Doch wie steht es jetzt ums Verkaufen? „Der Verkauf selbst ist nicht der Akt. Aber alles, was danach kommt, ist entscheidend“, sagt Baudermann. An jedem verkauften Produkt hängt eine Kette – von der Abwicklung des Auftrags über die Auslieferung und im Fall der Fälle auch des Beschwerdemanagements. Übrigens eine der entscheidenden Stellen, wenn es um den Aufbau langfristiger Geschäftsbeziehungen und die Qualität der Beziehung geht. Baudermann: „Je sauberer ich eine Reklamation und Beschwerde löse, desto eher wird das dem Kunden in Erinnerung bleiben. Es sind die Dinge, die erst einmal schwierig sind, aber gut gelöst werden, die der Kunde selber weitererzählt, die es am Ende ausmachen, ob man weiter Geschäfte miteinander macht.“

