

ALEX DÜSSELDORF FISCHER

REICHER ALS DIE GEISSENS

Mit null Euro Startkapital in fünf
Jahren zum Immobilien-Millionär

Mehr kostenlose Inhalte und Kurse unter:

www.alex-fischer-duesseldorf.de

© Alex Fischer | Hüttenstr. 31b | 40215 Düsseldorf

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk darf – auch teilweise –
nur mit Alex Fischers Genehmigung wiedergegeben werden.

Inhalt: Alex Fischer

Herausgeber: AF Media GmbH, Opladener Straße 149, 40789 Monheim
Herstellung: A8 Medienservice GmbH: www.berliner-buchdruck.de, Berlin
Projektmanagement & Design: www.buchkodex.de, Düsseldorf

ISBN 978-3-9818061-0-6

Kenne die Basics von Marketing und Vertrieb

Verkaufen ist wie Fußpilz

In den USA ist es schon fast ein geflügeltes Wort: „Life is a salestalk“ (Das Leben ist ein Verkaufsgespräch).

Auch wenn du nie Verkäufer werden willst, dieses Thema betrifft dich. Im Leben musst du permanent verkaufen, sei es als Single auf Partnersuche, bei einem Einstellungsgespräch, beim Verhandeln über einen Neuwagen und sogar bei Behörden (damit dein Vorhaben schneller bearbeitet wird).

„Bäh, verkaufen?“ , wirst du dich jetzt vielleicht fragen. Genauso ging es mir anfangs auch. Und das wirft schon mal die erste Frage auf: Warum ist das Thema Verkaufen oder Verkäufer sein gefühlt auf demselben Beliebtheitsniveau wie Fußpilz – möchte man nicht haben und auch nichts mit zu tun haben?

Schaut man in die Vereinigten Staaten, stellt man fest, dass dort Verkäufer ein sehr, sehr hohes Ansehen haben. Das hat natürlich schon Leute vor mir verwundert, deswegen wurden dort Umfragen und Studien gemacht und heraus kam folgende Einstellung der meisten Amerikaner:

„Ohne Verkäufer wird nichts verkauft. Wenn nichts verkauft wird, kann nichts produziert oder ausgeliefert werden. Es kann kein Arbeiter und auch keine Sekretärin bezahlt werden. Verkäufer sind der Motor unserer Wirtschaft. Natürlich verdienen diese Leute hohes Ansehen!“

Warum Verkäufer der krisensicherste Job ist

Ein interessanter Gesichtspunkt. Relativ zu Anfang meiner Karriere traf ich Gott sei Dank einen Verkaufsprofi, der mir hierzu recht früh den Blick zurechtgerückt hat. Er sagte: „Schau mal, Alex, ein wirklicher Verkäufer zu sein ist das Wunderbarste der Welt, aus einem Grund: Du brauchst nichts und niemanden und keine Vorbedingung, um ein Ergebnis zu erzielen.“

Verkäufer ist der einzige Job, der aus dem Nichts etwas machen kann, und steht deswegen ganz am Anfang der Futterkette. Ohne Verkäufer läuft nichts. Selbst eine Sekretärin braucht einen Schreibtisch zum Arbeiten. Und wovon soll die Sekretärin bezahlt werden? Vom ‚Chef‘ oder doch tatsächlich von den Einnahmen, die die Firma durch verkaufte Produkte erzielt?“

Ich wollte immer frei, nie ein Sklave sein

Wow, das war das Argument, das mich geknackt hat. Völlige Ursache, ohne Abhängigkeiten? Das war genau mein Ding. Lustigerweise verstand ich erst, nachdem ich mich mit Glaubenssätzen beschäftigt hatte, warum ich damals so auf dieses Argument abgefahren bin: Ich wollte immer frei sein, ich wollte nie ein Sklave sein. Ich wollte auch nie mit Sklaven arbeiten oder Sklaven um mich herum haben. Das ist übrigens auch einer der Gründe, warum ich dieses Buch schreibe. Jeder, der will, soll auch wirklich seine Ketten abstreifen können.

Da es auch hier wieder einmal viel zu gewinnen gab, beschloss ich also, auch in diesen Bereich weiter einzutauchen. Und heute kann ich dir wirklich eines bestätigen: Das Leben ist wirklich unangenehm ohne

verkäuferische Grundkenntnisse. Das gilt für die Partnersuche genauso wie die Jobsuche oder die schnelle Bearbeitung deines Antrages bei Behörden, glaube es mir – für alles!

Also, für mich stand ab diesem Zeitpunkt fest: Es ist erstrebenswert, verkäuferische Fähigkeiten zu haben.

Warum sind nervende Verkäufer gar keine Verkäufer?

Aber die erste Frage, die ich hatte, lautete: Was genau muss ich denn anstreben, was genau wäre der ideale Verkäufer? Also versuchte ich erst mal verschiedene Leute zu befragen, was denn eigentlich die Definition von „Verkaufen“ oder „Verkäufer“ sei. Die Definition aus dem Duden – „jemand, der Waren oder Dienstleistungen verkauft“ – war alles andere als befriedigend und in keiner Weise anwendbar. Nach viel Recherche trug ich die (meiner Meinung nach) beste und vor allem anwendbare Definition zusammen:

Ein Verkäufer ist eine Person, die bei einer Zielgruppe einen vorhandenen Bedarf findet, vergrößert und/oder weckt und ihn anschließend deckt.

Die Definition mag auf den ersten Blick etwas fad erscheinen, sie hat es jedoch in sich. Ich begann nämlich auf einmal zu verstehen, warum mir manche Verkäufer total auf die Nerven gingen (was auch der Grund ist, warum Verkäufer in Deutschland so einen schlechten Ruf haben: Sie kennen nicht diese Definition). Andererseits gab es Verkäufer, mit denen ich mich sogar gerne privat getroffen hätte.

Die Antwort war einfach: Wenn jemand versucht, einen nicht vorhandenen Bedarf zu decken, geht einem das auf die Nerven.

Wenn mich jedoch ein Verkäufer darauf hinweist, dass ich da einen Bedarf habe (sofern es der Wahrheit entspricht), und mir dann dabei hilft, das Produkt zu bekommen und zu kaufen, was wäre daran verkehrt? Nichts, und zwar absolut gar nichts.

Ich nahm also diese Definition, checkte sowohl gute als auch schlechte Verkäufer durch, und ja, diese Definition war korrekt. Verkäufer, die mir auf die Nerven gingen und auch nicht wirklich Umsätze machten, ließen sich durch diese Definition erklären. Ja, dadurch ließen sich sogar die Schwächen aufzeigen: Lag die Schwäche beim Finden? Beim Wecken? Beim Vergrößern? Oder beim Vorgang der Bedarfsdeckung?

Die vier Hauptschwächen schlechter Verkäufer

Natürlich könnte man allein über die Anwendung dieser Definition ein ganzes Buch schreiben, und vielleicht tue ich das auch irgendwann einmal, aber das würde diesen Rahmen sprengen.

Mir geht es einfach darum, dass du das grundlegende Handwerkszeug bekommst, damit du im Leben erfolgreich und frei sein kannst, bei was auch immer du tust.

Auch als Immobilieninvestor wirst du ohne verkäuferische Fähigkeiten kläglich scheitern (du musst dich der Bank verkaufen, den Eigentümern, von denen du ein Objekt kaufen möchtest, du musst den richtigen Preis verkaufen, sowohl bei der Ankaufs- als auch der Verkaufsverhandlung etc.).

Meine Erfahrung im Umgang mit Hunderten von Verkäufern hat folgende vier Hauptschwächen gezeigt:

1. Schwächen bei der Bedarfsfindung (das ist der Hauptpunkt)
2. die Unfähigkeit, die Perspektive/Sichtweise des Gegenübers einzunehmen,
3. „Features“ anstatt „Benefits“ zu verkaufen (wird nachfolgend erklärt),
4. fehlende Führungsbereitschaft und zu wenig wohlwollende Dominanz.

Die zwei Hauptmotivationen des Menschen

Das Blöde an den oben genannten vier Punkten ist, dass sie sich gegenseitig verstärken. Drücken wir es aus wie mein Verkaufsmentor: „Ohne Kittelbrennfaktor gibt es keinen Verkauf.“ Punkt! Vielleicht zunächst zur Erklärung: Was ist ein „Kittelbrennfaktor“ (KBF)?

*Grundsätzlich folgen wir alle zwei Arten von Motivation:
erstens Freude erlangen und zweitens Schmerz vermeiden.*

Studien haben gezeigt, dass die Motivation „Schmerz vermeiden“ dreimal höher ist als „Freude erlangen“. Hierzu wurden exzessive Tests gemacht und das kann man als Fakt hinnehmen – und davon abgesehen auch bei sich selbst beobachten.

Je teurer also das Produkt (Immobilien sind nun mal größere Vermögenswerte), desto mehr wird Regel Nummer eins wahr: Ohne KBF kein Verkauf. Es bedeutet einfach: „Wo brennt dem Interessenten der Kittel?“ (= Wo hat er dringenden Handlungsbedarf?)

Wenn du nicht deinen Schmerz vermeiden möchtest (zum Beispiel raus aus der Sklaverei, aus dem Hamsterrad, aus den Zwängen etc.), dann wirst du niemals die Motivation aufbringen, das Ganze durchzuziehen.

Meine Analysen haben gezeigt, dass die Leute sehr motiviert sind, nachdem sie mal ehrlich ihren eigenen Rentenbescheid nachgerechnet haben. Wenn sie sich einmal wirklich und genau anschauen, was sie denn im Rentenalter tatsächlich netto, inflationsbereinigt und nach Kranken- und Pflegeversicherung bekommen.

Diese Leute stellen dann fest, dass die Rente gemäß Rentenauskunft eine Höhe von 2.800 Euro zum Renteneintritt hat. Nach allen Abzügen (Krankenversicherung, Pflegeversicherung, Steuer) und Kaufkraftverlust bleiben jedoch nur etwas mehr als 900 Euro Kaufkraftwert übrig. Diejenigen, die das wirklich verstanden haben, sind wie gesagt meist hoch

motiviert, etwas zu ändern und zum Beispiel Immobilien zu kaufen. Hierzu habe ich auch ein Video auf meiner Website: „Die Zeitbomben in deinem Rentenbescheid“. Es erklärt ganz genau, wie man sich seinen eigenen Rentenbescheid anhand des Kleingedruckten nachrechnen kann.

Der Kittelbrennfaktor

Meine Erfahrung hat gezeigt, dass die besten Verkäufer exzellente Meister darin sind, bei Kunden wirklich den Engpass, den Schmerzpunkt, eben den KBF herauszuarbeiten. Doch wie kann man das im Leben anwenden?

Na ja, stell dir vor, du möchtest an einen VIP herankommen. Stell dir vor, du wärest in der Lage, seinen KBF zu finden und ihm dafür eine Lösung zu bieten (zum Beispiel Dauerstreit mit dem geliebten Kind). Dann würde auch der meistbeschäftigte VIP hohes Interesse an einem Termin mit dir haben. Dafür brauchst du natürlich verschiedene Skills und Wissen. Aber allein aus dem, was du in diesem Buch bereits gelernt hast und noch lernen wirst, oder den kostenlosen Videos auf meiner Website: Sei dir sicher, du bekommst die Werkzeuge, um auch für die größten VIPs „sexy“ zu sein.

Was mich früher nervte, mache ich heute selbst

Was meine ich mit der Unfähigkeit, sich in andere Menschen hinein-zudenken? Hierzu eine kleine Geschichte aus meinem Leben: Ich hatte früher oft Schwierigkeiten mit meinen Eltern. Viele ihrer Gesichtspunkte fand ich als Jugendlicher kleinlich und übertrieben. So hat meine Mutter oft einen Riesenaufstand gemacht, wenn ich mich beim Schuhe Ausziehen mit den Händen an der weißen Wand angelehnt habe. Sie meinte: „Hey, du machst die Wand schmutzig. Zieh die Schuhe gefälligst aus, ohne die Wand zu berühren!“ Ich dachte mir damals: „Wie spießig!“

Heute habe ich selber Kinder und, wie du dir sicher vorstellen kannst, auch jede Menge Wände. Und was ich unglaublich hässlich finde, ist,

dass sich um die Lichtschalter herum bräunlich-graue Schatten bilden. Die können nach einer gewissen Zeit ziemlich eklig aussehen, obwohl der Rest der Wand tipptopp erstrahlt.

Nachdem ich inzwischen weiß, was für ein Aufwand es ist, eine Wand zu streichen (Möbel wegrücken, abdecken, Handwerker koordinieren, die richtige Farbe auswählen, streichen etc.), kann ich heute diesen Gesichtspunkt sehr gut nachvollziehen.

Kannst du wirklich durch die Brille jeder Person schauen?

Gott sei Dank sagte mir mein Verkaufsmentor damals: „Alex, eine Sache musst du verstanden haben: Jeder Mensch hat das Recht auf seine eigene Sicht der Dinge. Und glaub mir, Leute machen mehr von dem Recht Gebrauch, als dir bewusst ist.“

Ich fragte ihn: „Wie meinst du das genau?“ Er antwortete mir: „Nimm diesen Aschenbecher hier vor dir. Es sind zwei ausgedrückte Kippen darin, plus die entsprechende Asche. Jetzt frag mal zehn Leute, wie sie diesen Aschenbecher finden, und du wirst wahrscheinlich zehn verschiedene Antworten bekommen.

Der eine wird sagen: ‚Der Aschenbecher ist total leer‘ (weil seiner immer extrem voll ist),

der Nichtraucher wird sagen: ‚Wie eklig. Aschenbecher stinken‘,

ein sehr ordentlicher Raucher wird sagen: ‚Ich hasse es, wenn Aschenbecher nicht sofort geleert werden‘,

ein Feuerwehrmann wird sagen: ‚Oh, Aschenbecher, wann wurden eigentlich das letzte Mal die Feuerlöscher gewartet?‘, und

ein Hausverwalter wird sagen: ‚Igitt, da muss ich ja ganz oft die Wände streichen lassen.‘“

Und dann begann ich zu verstehen. Ich hatte zeit meines Lebens den Fehler gemacht, stillschweigend davon auszugehen, dass alle Leute die Dinge so zu sehen hätten, wie ich sie sehe.

Und wenn jemand seinen eigenen Gesichtspunkt hatte (was sein gutes Recht ist), dann fand ich den „blöd“. Nicht gerade schlau, oder?

An diesem Tag entließ mich mein Mentor mit dem Satz: „Alex, wenn du es schaffst, die Fähigkeit zu kriegen (durch Übung), durch die Brille jedes deiner Gegenüber schauen zu können, dann wird dein Leben wohlhabend und wunderschön sein; wenn nicht, sehr frustrierend.“

Ich verstand: Natürlich, darum konnte ich meinem besten Freund jede meiner Ideen „verkaufen“. Ich wusste ja genau, wie er tickt, und deswegen war es so einfach. Da war er wieder, der Fisch, der das Wasser um sich herum nicht wahrnimmt.

Features und Benefits

Was man grundlegend verstanden haben muss, ist, dass sich jeder permanent die Frage stellt: „What’s in it for me?“ (Was bringt mir das?).

Wenn ich also einem Interessenten eine Bohrmaschine anpreise, ihm die Wattzahl erkläre, die Umdrehungen pro Minute und all die anderen feinen technischen Features, dann langweilt ihn das wahrscheinlich.

Warum will der Interessent denn die Bohrmaschine? Er möchte damit etwas tun; er möchte damit ein Ergebnis erreichen. Und der Handwerker hat sicher ein anderes Ergebnis als der Geschäftsmann oder der kaufmännische Angestellte im Auge.

Der schlaue Verkäufer würde also nicht die ganzen Produktfeatures hervorheben, sondern erst einmal fragen: „Was soll die Bohrmaschine denn können?“ beziehungsweise „Was haben Sie damit vor?“.

Und dann würde der Verkäufer herausfinden, dass der Kunde tatsächlich Bilder aufhängen und dabei nicht seine ganze Wohnung und seine Kleidung versauen möchte.

Bilder ohne Schmutz aufhängen wäre also der Benefit (Vorteil, von lat. „bene“ = gut und „facere“ = machen, tun), das „What’s in it for me?“.

Die ganzen technischen Details wären Features (= Produkteigenschaften).

Zu wenig wohlwollende Dominanz

Potenzielle Kunden erwarten von Verkäufern, dass diese Sicherheit und Führung ausstrahlen. Verkäufer mit hohen Verkaufszahlen geben immer klare Empfehlungen und führen ihre Interessenten im Ringen mit dem „inneren Schweinehund“.

Produktverliebte Verkäufer

Und gerade Verkäufer machen immer wieder diesen Fehler. Sie kennen sich ja so gut mit ihrem Produkt aus, dass sie den Gesichtspunkt des Kunden vergessen. Dann langweilen sie ihn mit Details, die ihm nicht helfen, sein Problem (KBF) zu lösen.

Wie vorher schon erwähnt, kann man über dieses Thema wahrscheinlich mehrere Bücher schreiben. Aber tatsächlich werden diese Bücher (wenn sie intelligent geschrieben sind) sich immer um die Definition des Verkäufers (wie beschrieben) drehen, wie auch um die bereits genannten Punkte 1 bis 4.

Im Anhang findest du Links zu verschiedenen Fragen, die dir dabei helfen werden, Gesichtspunkte zu ergründen, Features von Benefits zu unterscheiden und Kittelbrennfaktoren in Windeseile ganz leicht zu finden.

Mein Mentor sagte damals zu mir: „Wenn du diese vier Eigenschaften vollständig richtig draufhast, steht deinem Leben in Glück und Überfluss eigentlich nichts entgegen.“

Er sollte recht behalten.

Tipp: Ein Freund von mir, Dirk Kreuter aus Bochum, ist ein exzellenter und vielfach ausgezeichnete Verkaufstrainer. Schau dir seine Videos an oder höre seine Podcasts, da kann man viel lernen ...

Teste dein Verstehen:

- + Warum ist es sinnvoll, Verkaufsfähigkeiten zu entwickeln?
- + Was ist die Definition eines Verkäufers und welche vier Schwächen gibt es üblicherweise, die Verkäufer erfolglos und nervig machen?
- + Welche beiden Motivationen haben Menschen und welche ist die stärkere?
- + Was genau ist der Kittelbrennfaktor?
- + Welche Fähigkeit macht dein Leben wohlhabend und wunderschön?
- + Nenne drei Produkte und beschreibe jeweils deren Features und deren Benefits.
- + 16 weitere Coachingfragen und Aufgaben, mit denen du ab jetzt deine Ziele „verkauft“, deinen Willen durchsetzt und endlich bekommst, was du willst, findest du in meiner „90-Tage-Challenge“ (Workbook Nr. II, Seite 9).