

## Wie Sie gute Vorsätze in Erfolge verwandeln



Für das neue Jahr nehmen sich viele Menschen etwas vor, das sie ändern wollen. Oft genug bleibt es allerdings dabei. Woran dies liegt und was Sie tun müssen, damit Ihre guten Vorsätze Wirklichkeit werden, erklärt der Verkaufstrainer Lothar Stempfle.

Das Jahresende ist der Zeitpunkt, an dem die meisten guten Vorsätze gefasst werden. Auch Verkäufer ziehen rückblickend Bilanz und überlegen, was sie bis jetzt erreicht haben, was sie erreichen wollen, was gut gelaufen ist und was künftig besser laufen sollte. „Die Folge daraus sind rasch gefasste Vorsätze“, sagt der Verkaufstrainer Lothar Stempfle aus Heilbronn. „Ist dann aber auch das kommende Jahr vorüber, stellt man mit Erschrecken fest: Nichts ist passiert. Die Vorsätze sind im Alltag auf der Strecke geblieben.“ Der Trainer erläutert die Schritte, die Sie gehen müssen, um Ihre guten Vorsätze in Erfolge zu verwandeln.

**Schreiben Sie Ihre Vorsätze auf.** „Viele gute Vorsätze haben wir im Kopf – wie so vieles andere eben auch“, sagt Stempfle. „Die Dinge nur im Kopf zu haben, bedeutet allerdings, dass sich diese Ideen recht schnell auch wieder verflüchtigen. Deshalb ist es wichtig, dass Sie Ihre guten Vorsätze festhalten und aufschreiben.“ Durch diese Schriftlichkeit verankern sich die Wünsche stärker in Ihrem Bewusstsein. Während des Niederschreibens sind Sie gezwungen, sich innerlich damit auseinander zu setzen, so dass aus diffusen Ideen ein klares Bild wird. Zudem hat Schriftliches eine höhere Verbindlichkeit.

**Entwickeln Sie Wünsche.** „Nichts Neues wird geschehen, solange wir nicht den Wunsch haben, uns zu ändern“, meint Lothar Stempfle. „Oft hört man auch, ‚man muss nur wollen, dann klappt es auch‘. Doch so einfach ist das oft nicht.“ Der Grund: „Wollen ist häufig mit Druck verbunden, der dazu führt, dass mit Gewalt etwas herbeigeführt werden soll. Meist tritt dann genau das Gegenteil ein. Das beste Beispiel dafür ist, wenn Sie unbedingt einschlafen wollen und die halbe Nacht wach liegen.“

Dagegen verbindet Stempfle mit dem Begriff Wunsch etwas Positives, das auch Spaß machen kann: Wer sich etwas wünscht, der kann sich schon vorstellen, was er tut und sich dabei sehen. Der Spaß ist ganz wichtig, denn je schöner Sie sich das, was Sie erreichen wollen, vorstellen, und je mehr Spaß es Ihnen macht, die dazu nötigen Verhaltensänderungen durchzuführen, umso größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass Sie Ihr Vorhaben in die Tat umsetzen.“

**Formulieren Sie Ihre Wünsche positiv.** – Dieser Schritt ist die Konsequenz aus den vorausgegangenen Überlegungen. „Oft jedoch fassen Verkäufer Veränderungen ins Auge, indem sie sich überlegen, welche Dinge sie künftig verhindern wollen: Zum Beispiel unstrukturierte Vorgehensweise oder Zeitverschwendung“, bemerkt Lothar Stempfle. Er nennt solche Wünsche „Lass-dass-Wünsche“. „Solche ‚Lass-das-

Wünsche' sind frustrierend“, sagt der Trainer. „Denn sie drücken nur aus, was man nicht mehr tun will, setzen aber nichts an die Stelle, die jetzt frei geworden ist. So stellt sich das Gefühl der Leere ein, weil an alle Gewohnheiten, die wir ablegen, eine neue Gewohnheit treten muss.“ Ohne sie fallen viele Menschen wieder in ihre alten Verhaltensweisen zurück.“ Deshalb lautet Stempfles Rat: „Formulieren Sie immer positive ‚Tu-das-Wünsche‘.“ Denn nur sie fordern zum aktiven Handeln auf und beinhalten eine konkrete Handlungsaufforderung.

**Planen Sie Ihre Verhaltensänderung.** Gute Vorsätze können nur dann in die Tat umgesetzt werden, wenn nicht nur das Ziel, sondern auch der Weg festgelegt wird. Sich von heute auf morgen zu ändern, ist illusorisch. Besser ist es, sich realistische Ziele zu setzen und sich zu überlegen, was sich wie verändern lässt. Lothar Stempfle hat zur Planung von Verhaltensweisen eine Tabelle entwickelt.

Der Unterschied, den ich erreichen will	Wie will ich das erreichen	Gewinn und Verlust	Was mache ich anders?

Wie sich diese Tabelle benutzen lässt, erläutert Lothar Stempfle anhand eines Verkäufers, der seine Akquisitionsangst überwinden wollte.

Der Unterschied, den ich erreichen will	Wie will ich das erreichen	Gewinn und Verlust	Was mache ich anders?
x Neukontakte pro Woche	durch Anrufe	Gewinn: Anerkennung; zusätzliche Geschäftsmöglichkeiten, Überwindung der Angst vor Ablehnung; langfristig höheren Geschäftserfolg. Verlust: Der Schutz, die Gewohnheit und das zu tun, was die Mehrzahl tut (keine Akquisition)	täglich x neue Telefonkontakte; Ansprache und Vorgehensweise

**Sorgen Sie für Alternativen.** Natürlich kann es passieren, dass Ihre Pläne durch äußere Ereignisse durchkreuzt werden und dass Faktoren wirksam werden, über die Sie keine Kontrolle haben. „Ohne Alternativen droht uns Misserfolg“, betont Stempfle. „Was ist, wenn Ihre Firma umstrukturiert oder Sie krank werden? Das sind alles keine erfreulichen Aussichten, doch das ändert nichts an der Tatsache, dass dies

geschehen kann.“ Der Trainer rät deshalb unbedingt, auch für diese Fälle Vorsorge zu treffen und alternative Pläne zu erstellen. Hilfreich ist für die Suche von Alternativen, wenn Sie am Rand der Liste Ihrer guten Vorsätze vermerken: Wann fange ich an? Wann breche ich ab, wenn etwas nicht funktioniert? „Wenn Sie am falschen Plan festhalten, beweisen Sie kaum etwas anderes als Sturheit oder Dickköpfigkeit“, so Stempfle. „Seien Sie flexibel. Ihr Selbstvertrauen muss nicht an widrigen Umständen zerbrechen.“

**Ändern Sie sich kontinuierlich.** „Es ist völlig unrealistisch zu erwarten, dass man sich von heute auf morgen ändert“, meint Lothar Stempfle. „Tatsächlich ist eine Kehrtwendung um 180 Grad sogar verdächtig, denn es braucht Zeit, um die Gewohnheiten zu verändern.“

Kleine, konsequente Veränderungen führen deshalb eher zu einem grundsätzlichen Wandel unserer Verkäuferverhaltensweisen. Und obwohl einer Veränderung im Verhalten eine Veränderung im Denken vorangeht, kommt es auf die Verhaltensänderung an. „Das Handeln, nicht das Denken allein, führt zu einer Reihe neuer Aufzeichnungen und lässt neue Gewohnheiten entstehen“, so Stempfle.

**Stellen Sie sich Belohnungen in Aussicht.** Wer sein Verhalten verändern will, muss dafür mehr Energie aufwenden, als wenn er sich in den gewohnten Bahnen bewegt. „Sorgen Sie deshalb dafür, dass Sie zu Streicheleinheiten kommen, um genügend Energie für die kommenden Schritte zu haben“, rät Stempfle. „Stellen Sie sich kleine Belohnungen in Aussicht, wenn Sie ein Etappenziel erreicht haben. Dies wirkt sehr motivierend.“

**Stellen Sie Verlust und Gewinn gegenüber.** Die meisten Verhaltensveränderungen verursachen sowohl Verluste wie Gewinne. „Wenn die Verluste nicht eingeplant und die Konsequenzen unangenehm sind, dann haben wir möglicherweise das Empfinden, dass unsere Entscheidung, uns zu ändern, falsch war“, warnt Stempfle. Veränderung kann für andere beunruhigend sein, wenn zum Beispiel Kollegen klar machen: „Ich mochte dich lieber so, wie du früher warst.“ – „Quasi, als du noch einer von uns warst“, ergänzt Stempfle. „Es ist nie auszuschließen, dass man Neider hat. Möglich ist sogar, dass wir uns in der Firma zur Elitegruppe hinbewegen – und vielleicht haben wir früher sogar mit den anderen gemeinsam über diese Gruppe gespottet.“ Behalten Sie also immer Ihr Ziel im Auge, damit Sie eine vorübergehende Beeinträchtigung Ihres Selbstbewusstseins nicht dazu bringt, das ganze Programm aufzugeben.

**Sprechen Sie über Ihre Absicht, sich zu ändern.** „Die Energie zum Durchhalten kommt allerdings auch von positiven Rückkopplungen“, so Stempfle, „und Rückkopplungen kommen von Menschen.“ Deshalb empfiehlt es sich, die Absicht, sich zu ändern, zu kommunizieren. Bitten Sie die anderen – das kann ruhig Ihr Vertriebsleiter sein – um Hilfe. Wenn ihm etwas an Ihnen gelegen ist, wird er Sie unterstützen. Sie können sich Rückkopplungen einholen und andere um Rat fragen. Für den Fall, dass Ihnen der Gedanke kommt: „Was wird der andere nur von mir denken?“ rät Stempfle, sich zu fragen, was man tun würde, wenn man diese „Angst“ vor einer solchen Reaktion nicht hätte.

**Seien Sie Ihrer Zeit voraus.** „Verkäufer sind oft dann erst bereit, in den Veränderungsprozess einzusteigen, wenn die eingefleischten Routinen keinen Erfolg mehr bringen“, meint Stempfle. In diesem Fall geschieht die Bereitschaft der

Veränderung aus der Not heraus. „In der Not erlangt man die Wendigkeit, die man in Zeiten des Überflusses aus Trägheit nicht zu haben scheint“, so der Trainer. Er gibt Verkäufern folgenden Ratschlag: „Warten Sie nicht, bis Sie etwas ändern müssen, sondern fangen Sie schon vorher damit an.“

**Entwickeln Sie ein neues inneres Modell.** Wir alle tragen innere Modelle in uns. In jungen Jahren hatten wir ganz genaue Vorstellungen. Diese Vorstellungen haben wir in Anlehnung an Vorbilder und Idole. Häufig übernehmen wir Verhalten dieser Vorbilder ungeprüft – „80 Prozent unseres Verhaltens entstammt der Nachahmung“, so Stempfle. „Ein typisches Beispiel dafür sind Jungverkäufer, die eine bestimmte Zeit Seniorverkäufer begleitet haben und deren Verhaltensweisen unkritisch übernehmen.“

Stempfle rät, einmal seine inneren Modelle im Verkauf zu hinterfragen. „An wen haben Sie geglaubt? Woher nahmen Sie ihre Kraft? Wer gibt Ihnen Mut und Hoffnung? Suchen Sie sich einen Menschen aus, den Sie bewundern. Finden Sie alles über ihn oder sie heraus, was Sie in Erfahrung bringen können. Versuchen Sie ein Experiment und seien Sie einen Monat lang wie dieser Mensch und warten Sie ab, was geschieht. Haben sich Ihre Gefühle verändert? Hat sich Ihre Wirkung auf andere Menschen verändert? Sie sind noch immer Sie selbst, aber Sie haben in Ihre Persönlichkeit eine greifbare Idee dessen hineingetragen, was Sie sein möchten.“

**Protokollieren Sie Ihre Gewinne.** „Wenn Sie Protokoll über die wichtigen Veränderungen in Ihrem Verkaufsverhalten führen, zeigen uns diese Aufzeichnungen nicht nur, was Sie geleistet haben, sondern spornen Sie auch an mit dem Beweis, dass Sie es können“, betont Lothar Stempfle. Bewahren Sie Ihre jeweils gültige Wunschliste stets in Reichweite auf. Tragen Sie diese im Planer bei sich als stets gegenwärtige Erinnerung an Ihre Vorsätze. Wenn Sie die Punkte Ihrer Wunschliste geschafft haben, dann versehen Sie sie mit Haken.

Stempfle empfiehlt, Tagebuch zu führen. „Schreiben Sie sich Ihre glänzenden Gedanken auf, die Ihnen vor oder nach den Gesprächen durch den Kopf gingen. Ein Jahr später, beim Wiederlesen, können Sie sich beglückwünschen. Wie klug Sie waren – nein, sind!“

**Seien sie offen für Hilfe.** „Von Zeit zu Zeit brauchen Sie die Hilfe von Fachleuten oder Kollegen, weil sie über Erkenntnisse, Fertigkeiten und Informationen verfügen, die Sie in Ihrem persönlichen Veränderungsprozess benötigen“, erklärt Stempfle. Hilfe kann jedoch nur wirksam sein, wenn Sie offen sind für Hilfestellungen. „Ein Kollege, Trainer oder Ihr Vertriebsleiter sagt Ihnen nicht, was Sie sehen, sondern wohin Sie blicken sollen. Er sagt Ihnen auch nicht, was Sie tun sollen, sondern nur, welche Möglichkeiten es gibt, ans Ziel, also zu mehr Verkaufserfolg, zu gelangen. Entscheiden müssen Sie letztlich selbst.“