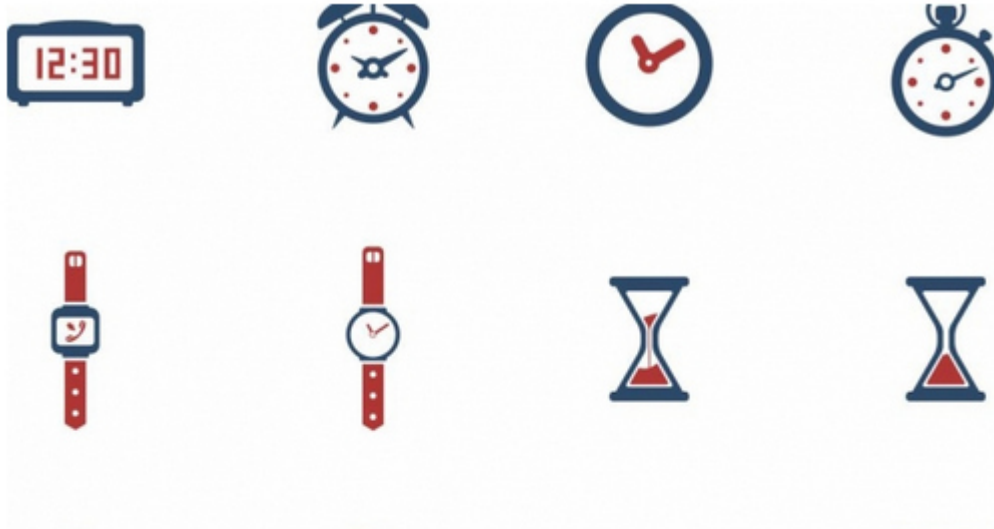


VERTRIEBS MANAGER



Aufsteigen und Leben



ZEITMANAGEMENT: ENTSPANNT UND ERFOLGREICH DURCH DIE VERKAUFSWOCHE

Es ist Sonntagabend. Nach einem schönen Wochenende sitzen Sie auf Ihrer Couch – im Fernsehen läuft der Tatort. Die spannenden Ermittlungen der Kommissare bekommen Sie nur am Rande mit, denn Ihre Gedanken sind bei einem anderem Fall – dem **Krimi der nächsten Verkaufswoche**. Das geht aber auch anders, **Coach Sandra Schubert** verrät, wie.

Von Sandra Schubert

Viele Verkäufer schlafen die Nacht von Sonntag auf Montag eher schlecht. Sie machen sich Gedanken, welche Probleme wohl wieder auf sie zukommen werden. Was will der Chef, wie werden die Kollegen drauf sein? Und werde ich den Neukunden am Montag wirklich für mich einnehmen können? Im Halbschlaf dehnt sich eine ganz normale Außendienstwoche gedanklich zu einem erschöpfenden Marathonlauf aus.

Damit Verkäufern genau das nicht passiert, heißt es bereits in der Woche vorher die Weichen für eine gelungene Verkaufswoche richtig zu stellen, nämlich mit einer guten Wochenplanung. Bei den meisten Gebietsverkäufern eignet sich dazu am allerbesten der Freitagnachmittag. Idealerweise wird aus dieser Planungszeit ein richtiges Ritual, bei dem folgendermaßen vorgegangen wird:

1. TABULA RASA MACHEN

Den Post- bzw. E-Mail Eingang aufräumen. Alle kleinen Aufgaben, die weniger als drei bis fünf Minuten benötigen werden gleich erledigt. Der Rest kommt mit Prioritäten versehen auf die To Do Liste oder ins CRM System. Nach Wochenabschluss geht es dann auf „Digital Detox“ – auf Kommunikationsdiät ohne E-Mails und geschäftlichen Anrufen. Das ist wichtig, um nicht nur einen „reinen Tisch“ zu machen, sondern auch einen „angenehm leeren Kopf“ zu haben.

2. DIE WICHTIGEN AUFGABEN ZUERST

Welche Kundentermine sind in der kommenden Woche am wichtigsten? Welche Projekte leisten einen hohen Beitrag zur persönlichen Zielerreichung? Und wie viel Vorbereitung brauche ich dafür? Ihre Kundentermine stehen ohnehin schon im Kalender? Prima, dann vergessen Sie jetzt bitte nicht auch Termine mit sich selbst zu machen, damit Sie wichtige Ereignisse auch entsprechend vorbereiten können und nicht von vornherein unter Stress geraten.

3. STRATEGISCHE DINGE NICHT VERGESSEN

Schon Eisenhower wusste – es gibt wichtige Aufgaben ohne Dringlichkeit, sogenannte B-Aufgaben. Wenn wir diese Projekte nicht unterteilen, uns die Informationen nicht rechtzeitig besorgen und die Aufgabe in Teilschritten erledigen, dann bleiben Sie liegen und sorgen irgendwann für gewaltigen Stress. Oder wir sind schlichtweg nicht so erfolgreich, wie wir sein könnten. Ein typisches Beispiel für solche wichtigen strategischen Aufgaben im Vertrieb sind: gezieltes Angehen und Entwickeln von Potentialkunden, eine gute Gebietsstrategie oder die Akquise neuer Kunden. Damit diese wichtigen Aufgaben nicht zu kurz kommen, werden dafür am besten fixe Blöcke eingeplant, zum Beispiel am Montag oder Freitagvormittag. Wichtig ist es dabei, sich Zeiten zu reservieren, in denen man energetisch gut drauf ist, denn Telefontermine für die Folgewoche zu vereinbaren ist immer einfacher, wenn man nicht im Leistungstief fest hängt.

4. KLEINER BUCHSTABE, GROSSE WIRKUNG: „P“ WIE PUFFER

„Kunde droht mit Auftrag!“, ein Spruch, der oftmals so dahin gesagt wird, in dem allerdings viel Wahrheit steckt. Im Verkauf ist ein Großteil unserer Arbeit reaktiv. Das heißt, wenn wir unseren Job gut machen, dann bekommen wir Anfragen, Zusatzaufträge usw. Es ist also wichtig, sich genau für diese unvorhersehbaren Dinge genügend Zeit zu lassen, einen Puffer einzubauen. Mein Tipp: verplanen Sie nicht mehr als 50 % Ihrer aktiven Verkaufszeit. Das gibt Ihnen den Freiraum, Ihre Prioritäten im Laufe der Woche richtig zu setzen und auch kurzfristig Verkaufschancen nutzen zu können. Es wäre doch jammerschade, wenn Sie auf dem Weg zum Termin eine interessante Firma entdecken und keine Zeit hätten, dieser einen spontanen Besuch abzustatten. Planen Sie ruhig auch alle zwei Wochen einen Puffertag oder jede Woche einen Puffernachmittag, damit Sie flexibel agieren können. Meine Teilnehmer berichten mir nach den Gebietsmanagement-Seminaren immer, dass dies unheimlich entspannt und sie strategischer agieren lässt.

5. UND NOCH EIN „P“, NÄMLICH PAUSEN

Ein gut geplanter Außendiensttag beinhaltet übrigens auch regelmäßige Pausen. In meinen „Happy Sales“ Seminaren frage ich regelmäßig nach: „Wie viel Pausen machen Sie untertags?“. Das Ergebnis ist erschreckend! Die Ergebnisse meiner Studie bisher: ca. 60 % der Gebietsverkäufer machen keine oder nur eine kurze Pause. Meine Meinung dazu: sehr fleißig, aber grob fahrlässig! Und gar nicht produktiv, denn nach spätestens zwei Stunden sollte eine Pause von 15 - 20 Minuten drin sein, um mal durchzuatmen, einen klaren Kopf zu bewahren und nicht wie besagter Marathonläufer zum nächsten Kunden zu hetzen, sondern gut motiviert und voller Energie sich auf diesen wichtigen Moment einzulassen. Und eine Mittagspause ist ein Muss. Mit Zeit für gutes Essen und für etwas Bewegung – beides spendet Energie und sorgt auch am Nachmittag noch für gute Verkaufsergebnisse. Außerdem sorgen regelmäßige Pausen während des Tages dafür, dass man nicht am Abend denkt, man selbst ist komplett zu kurz gekommen und muss sich jetzt mal mit einem deftigen Braten und zwei, drei Bier belohnen.

6. MINI-URLAUBE IN DIE WOCHE EINPLANEN

Apropos belohnen, nicht mal der sehr gut trainierte Läufer bestreitet jede Woche einen Marathon! Würde er es tun, ginge das sehr zu Lasten seines Leistungsniveaus. Verkaufen ist ein Traumjob: Gute Kontakte zu unseren Kunden schenken uns viel Energie, sie sind aber dennoch anstrengend. Und wer nur Sinn stiftet und nicht an Freude und Genuss denkt, brennt auf die Dauer aus. Mein Rat bei allen Vorträgen auf Verkäufertagungen: Planen Sie jede Woche persönliche Highlights. Sei es der Abend mit Freunden, der Saunabesuch mit Massage oder auch mal die Zeit, eine Stadt in Ihrem Verkaufsgebiet näher zu erkunden, statt nur im Hotel vorm Laptop zu sitzen.

Diese kleinen, aber entscheidenden Planungstipps und die daraus resultierenden Glücksmomente lassen uns entspannt und motiviert durch die Woche kommen. Und die Vorfreude auf eine gut geplante Woche, in der weder Verkäufer noch Verkaufserfolg zu kurz kommen, lässt uns von Sonntag auf Montag gut schlafen und von Montag bis Freitag gut verkaufen.



Sandra Schubert in Aktion (c) Schubs Vertriebskonzepte

Sandra Schubert ist Expertin für Verkauf und Positive Psychologie. Ihr Wissen und ihre Erfahrung gibt sie in Seminaren und Vorträgen weiter. Die Rosenheimerin veröffentliche kürzlich das Buch "Happy Sales". Weitere Infos auf www.schubs.com.

Sandra Schubert