



---

## NEWSLETTER 011/2013

### Verkaufen ist wie fliegen

Auf den ersten Blick haben Verkäufer und Piloten nichts gemeinsam. Trotzdem haben beide Berufe viele Gemeinsamkeiten. Verkäufer und Piloten sind beispielweise in den entscheidenden Moment ihrer Tätigkeit allein. Sie müssen komplexe Situationen mit allen Sinnen erfassen und die richtigen Entscheidungen treffen.

Für beide Berufe gilt zudem: Ein solides Wissen ist für eine erfolgreiche Tätigkeit notwendig.

Im Verkauf sind Eigenschaften und Grundfertigkeiten gefragt, die jeder Verkäufer braucht – egal was er verkauft. Doch je komplexer die Produkte und Leistungen sind, desto mehr Verkaufs- und fachliches Know-How sind notwendig. Sonst kann der Verkaufsprozess nicht so gestaltet werden, dass der Kunde am Ende sagt: „Ja, das will ich haben.“

Je komplexer das Produkt oder die Lösung ist und je vielschichtiger die Kundenerwartungen sind, umso gezielter muss sich ein Verkäufer auf Kundengespräche vorbereiten. Verkäufer müssen sich vor Kundengesprächen umfassend über den Kunden informieren, damit sie sich bereits vor dem Besuch ein Bild von ihm machen können. Welche Themen beschäftigen ihn, wie sieht sein Marktumfeld aus, welchen Bedarf könnte er haben, wo könnten wir mit unseren Lösungen dem Kunden Nutzen bringen? Denn nur dann kann der Verkäufer die Flugroute, also das Verkaufsgespräch, realistisch planen.

Ähnlich verhält es sich beim Fliegen. Je komplexer ein Flugzeug ist, umso mehr Vorbereitung braucht der Flug. Umso wichtiger ist es vorab, den Flug gedanklich durchzuspielen – unter anderem, um zu überprüfen, ob alle Voraussetzungen gegeben sind, um das Ziel zu erreichen.

Damit sind die Parallelen noch nicht erschöpft. Selbst Nicht-Piloten wissen heute: Das Starten und Landen sind die gefährlichsten Phasen bei einem Flug. Hier erfordert es, trotz allen technischen Hilfsmitteln, hoch konzentriert zu sein, um keine folgenschweren Fehler zu begehen.

Dasselbe gilt für Verkaufsgespräche. Auch hier sind Start und Landung eminent wichtig. Die Startphase besteht aus dem ersten Eindruck, den richtigen Einstieg zu finden.

Dasselbe gilt für die Lande- sprich Abschlussphase. In ihr muss der Verkäufer alle Antennen ausgefahren haben, damit wahrgenommen wird: Was gilt es noch zu tun, damit der Kunde abschliessen will. Sonst ist die Gefahr gross, dass der „Flug“ – selbst wenn er bisher gut verlief – mit einer Bruchlandung endet und der Kunde gegen Ende des Verkaufsgesprächs zum Beispiel sagt: „Ich überlege mir das nochmals“ und sich dann nicht mehr meldet oder nicht mehr erreichbar ist.

Wie sicher die Landung gelingt, hängt beim Fliegen auch davon ab, was der Pilot tut, bevor der Landeanflug beginnt – also das Flugzeug noch über den Wolken schwebt. Dann muss er immer wieder überprüfen: Befinden wir uns noch auf dem richtigen Kurs? Ist technisch alles in Ordnung? Ist die Landebahn frei von Hindernissen?

Ähnlich ist es beim Verkaufen. Auch hier muss der Verkäufer im Verlauf des Gesprächs regelmässig überprüfen: Befinde ich mich noch auf dem richtigen Kurs? Dies durch Fragen stellen und vergleichen des erarbeiteten Angebotes mit den früher geäusserten Zielen und Entscheidungskriterien des Kunden. Wenn all dies sorgfältig ausgeführt wurde, kann auch der Verkäufer zum erfolgreichen Landeanflug ansetzen.

Für Fragen und Ideen, wie dies im konkreten Fall am besten angegangen werden kann, stehe ich gerne zur Verfügung.

Freundliche Grüsse,

Daniel J. Schwarzenbach

**ANALYSE** – Analysieren Sie in einigen Minuten Ihren Verkaufsprozess und Sie erhalten die neuste Studie über die Erfolgsfaktoren im B2B-Verkauf.

[Analyse starten](#)

**Präsentations-Fibel** – Ein Leitfaden zur Vorbereitung, Strukturierung und Durchführung von professionellen Präsentationen. Erfahren Sie mehr darüber unter [www.fibeln.com](http://www.fibeln.com)

Sollen in der Zukunft keine Newsletter mehr gesendet werden, dann bitte kurze E-Mail zukommen lassen an die Adresse: [info@nautilus-nine.com](mailto:info@nautilus-nine.com) mit dem Vermerk „Aus Newsletter-Liste streichen“