

Als Optimist verkauft sich`s leichter! **Mit einem Lächeln erfolgreich ins Verkaufsjahr 2017 starten**

Ein Interview mit Sandra Schubert, Rosenheim *

Unbegründete Zweifel, fehlendes Selbstbewusstsein, vor allem aber mangelnder Optimismus verhindern, dass Verkaufen Spaß macht und sich schnell der erwartete Verkaufserfolg einstellt. Dabei sind vor allem eine bejahende Grundeinstellung und Glücksimpulse der Nährboden für gelingende Aktivitäten – persönlich wie beruflich, vor allem jedoch im Umgang mit (potentiellen) Kunden.

Frau Schubert, Sie beschäftigen sich schon seit längerer Zeit mit Positiver Psychologie im Verkauf. Ist es denn wirklich so wichtig, als Verkäufer gut drauf zu sein?

Sandra Schubert: „Lachen ist ansteckend, das ist ja nichts Neues. Ich selbst lache gerne und viel – sowohl beruflich als auch privat. Am liebsten lache ich mit meinen „Schon-Bald-Kunden“. Diesen Begriff habe ich für meine Happy Sales Methode kreiert. Bislang nannte ich die Personengruppe „Interessenten“, also Menschen mit denen ich mich noch im Kontakt- und nicht im Kundenstadium befinde. Wie viel schöner ist es von „Schon-Bald-Kunden“ zu sprechen! Das drückt viel klarer die eigene Überzeugung aus, dass wir diesen Menschen zu unserem Kunden machen werden. Das ist doch viel positiver, oder?“

Gibt es beim Lächeln tatsächlich eine Ansteckungsgefahr?

Sandra Schubert: „Absolut! Ich möchte es sogar eine emotionale Ansteckungschance nennen. Die Fähigkeit, sich von den positiven Gefühlen anderer Menschen anstecken zu lassen und diese selbst anzustecken nennt Dr. Barbara Fredrickson „Positivitätsresonanz“. Die Professorin für Psychologie an der University of North Carolina und Leiterin des „Positive Emotions and Psychophysiology Lab (PEPLab)“ ist eine der Vorreiterinnen der Positiven Psychologie und trägt wesentlich zu ihrer Weiterentwicklung bei. Und sie hat die entscheidende „Broaden and Build“ Theorie, zu Deutsch „Horizont erweitern und wachsen“ entwickelt.“

Können Sie uns diese Theorie näher erklären?

Sandra Schubert: „Die Wissenschaftlerin beschreibt darin den Effekt, wie unsere Emotionen unsere Wahrnehmungs- und Verhaltensmuster beeinflussen. Sie selbst vergleicht den ersten Teil dieser Theorie, das „Broaden“ mit dem Bild einer Seerose, die am kühlen Morgen eines Tages noch ganz geschlossen ist. Wenn die wärmenden Strahlen der Sonne kommen, öffnen sich

die Blätter mehr und mehr und die Blüte erstrahlt zu ihrer vollen Schönheit. So verhält sich das auch mit uns Menschen. Je mehr positive Momente wir wahrnehmen und je mehr positive Gefühle wir empfinden, umso mehr öffnen wir uns. Das Öffnen der Blütenblätter steht für die glückliche Stimmung, in der wir uns dann befinden. Dieses Glücksgefühl wird noch durch die Tatsache verstärkt, dass wir einen Wahrnehmungsfokus für weitere positive Dinge entwickeln. Wir befinden uns in einer positiven Aufwärtsspirale. Der zweite Teil der Theorie „Build“ erklärt den Effekt, dass diese entstandene Positivität uns dazu verhilft, „Glücksressourcen“ aufzubauen. Wir entwickeln eine optimistischere Grundhaltung, eine stabilere Gesundheit und ein höheres Energielevel. Die Offenheit sorgt auch für einen erweiterten Blickwinkel und gibt uns die Chance, besser zu kommunizieren, zu wachsen und uns weiterzuentwickeln.“

Und wie lässt sich die „Broaden und Build“ Theorie in die Vertriebspraxis übertragen?

Sandra Schubert: „Ein wichtiger Weg neue Kunden zu gewinnen ist das aktive Netzwerken. Seit Beginn meiner Selbstständigkeit im Jahr 1998, habe ich mich stark in verschiedenen Verbänden engagiert. Während dieser ganzen Zeit bin ich einer für den Verkaufserfolg entscheidenden Philosophie gefolgt: erst einen wichtigen Beitrag zum Netzwerk leisten und dann einen Rückfluss erwarten! Verkäufer und Unternehmer kennen das bestimmt. Besucht man ein beliebiges Businessfrühstück, gibt es Menschen, die dort mit guter Laune fröhlich neue Kontakte knüpfen (= Broaden). Diese echten Netzwerker haben einen erweiterten Horizont und eine langfristige Denke. Deshalb überlegen sie während der Gespräche immer, welchen Nutzen sie ihren Gesprächspartnern bieten können. Sie empfehlen die anderen Mitglieder des Netzwerks aktiv weiter und bekommen so auch irgendwann wertvolle Kontakte vermittelt. Über die Zeit bauen sie sich so ein ausgezeichnetes eigenes Netzwerk auf und verfügen über Ressourcen, die sie ohne ihre positive Einstellung nicht hätten aufbauen können (= Build). Zwar habe ich mit diesem Beispiel die „Broaden und Build“ Theorie etwas anders ausgelegt, als Barbara Fredrickson sie lehrt. Nach meiner Version bekommen Verkäufer dafür aber gleich ein zweifaches „Payback“ für ihre positiven Gefühle: Erstens erhöhen sie ihren Positivitätslevel und bauen dadurch Ressourcen auf. Zweitens bauen sie sich vertriebliche Ressourcen im Sinne von wertvollen Kontakten auf.“

Kommen wir noch einmal zurück zum Lächeln. Ist es nur ein Ausdruck unserer guten Stimmung?

Sandra Schubert: „Im Juni 2014 habe ich Barbara Fredrickson auf dem Kongress der Positiven Psychologie in Graz erlebt. In einem faszinierenden Vortrag erläuterte sie die

unterschiedlichen Dimensionen des Lächelns. Sehr lange ging man in der Emotionsforschung davon aus, dass unser Lächeln einen positiven inneren Zustand ausdrückt. Etwas später hat man herausgefunden, dass es auch genau andersherum funktioniert: Wenn wir lächeln, dann hebt sich unsere Stimmung. Das ist also die erste Dimension unseres Lächelns, unser eigenes Wohlbefinden. Die zweite Dimension oder Intention des Lächelns ist es, ein positives Gefühl beim Gegenüber auszulösen. Ihn also in den Zustand des eigenen Wohlbefindens zu integrieren oder ihn mit unserem Lächeln positiv zu infizieren. Diese Erkenntnis ist im Verkauf ausgesprochen hilfreich, denn Menschen kaufen gute Gefühle. Sie kaufen Lockerheit, Leichtigkeit und eben Lächeln, oder noch besser Lachen.“

Was aber, wenn es einem so gar nicht nach Lachen zu Mute ist?

Sandra Schubert: „Wir wissen heute aus der Neurobiologie, dass Lachen im Gehirn neue Nervenverbindungen, sogenannte neuronale Verknüpfungen entstehen lässt. Wir lernen dazu und unser Gehirn verändert sich dadurch positiv. Die deutsche Managementtrainerin, Rednerin und Vordenkerin Vera F. Birkenbihl hat oftmals in ihren Vorträgen über die Auswirkung unserer Mundwinkel auf unseren Gemütszustand gesprochen. Wenn man seine Mundwinkel länger als nur ein paar Sekunden nach oben zieht, also lächelt, dann wird in unserem Gehirn, genauer gesagt in unserer Hypophyse, der Hirnanhangsdrüse der Befehl zur Produktion von Glückshormonen gegeben. Wenn man das Lächeln nicht selbständig zu Stande bringt, kann man auch einen Bleistift zu Hilfe nehmen und diesen einfach mal der Länge nach in den Mund stecken. Klingt blöd, funktioniert aber! Der Tipp lautet also einfach ausgedrückt „Fake it, till you make it!“, täusche ein Lächeln vor bis dir nach Lächeln zu Mute ist, bis du in einer besseren, fröhlichen Stimmung bist.“

Ist Optimismus und Pessimismus eigentlich ein angeborener Charakterzug oder beschreiben die beiden Ausdrücke einen momentan sonnigen oder trüben Gemütszustand?

Sandra Schubert: „Beides ist richtig, für uns ist allerdings wichtig, dass Optimismus und Pessimismus Merkmale unserer Persönlichkeit sind, die uns in der Regel lebenslang prägen und begleiten. Warum ist das wichtig? Erstens, weil sich Optimisten wesentlich leichter tun im Verkauf. Zweitens, weil wir unsere Prädisposition, unsere Prägung nur dann verändern können, wenn wir Sie kennen und daran arbeiten – und das lohnt sich in jedem Fall, und wenn es erst einmal nur ein Lächeln ist!“

Frau Schubert, vielen Dank für das Gespräch!

7.428 Zeichen mit Leerzeichen

Weiterführende Lektüre der Verkaufsexpertin:



Happy Sales
Mit Positiver Psychologie und Zeitmanagement
zum Erfolg im Verkauf
von Sandra Schubert
336 Seiten, Hardcover
€ 19,99
ISBN 978-3527508327

* Sandra Schubert ist ein geborenes Verkaufstalent und „Deutschlands charmanteste Verkäuferin“. Als erfahrene Expertin für Verkauf und Positive Psychologie „schubst“ sie ihre Teilnehmer mit Hilfe von Vorträgen und Seminaren buchstäblich zum Verkaufserfolg. Die deutsche Keynote Speakerin ist deshalb national und international einfach als „die SCHUBS“ bekannt. Sie gehört zu den beliebtesten Rednern für Vertrieb (Professional Speaker GSA/SHB). Weitere Informationen zu öffentlichen Auftritten oder individuellen Impulsvorträgen und Verkaufstrainings auf www.schubs.com.

Abdruck honorarfrei:
Belege bitte an:
MM-PR
Postfach 6 26
95606 Marktredwitz
Tel.: 09231/96370
Fax: 09231/63645
info@mm-pr.de
www.mm-pr.de