

Echt bleiben heißt nicht gleich bleiben – Authentizität im dynamischen Marktumfeld

von Fabian Vollberg

Kurzübersicht

- o Wachstum heißt immer, mit Spannungsfeldern umzugehen: echt bleiben UND verändern.
- o Wer Vertrieb nur spielt, wird selten überdurchschnittlich erfolgreich – geschweige denn glücklich.
- o Neugierde und echtes Interesse sind im Vertrieb nicht dauerhaft zu ersetzen.



Wenn wir in einem Unternehmen arbeiten, leisten wir alle einen Beitrag zum Vertriebs Erfolg. Egal, ob wir in der Unternehmensspitze die Strategie definieren, tatsächlich im Vertrieb arbeiten oder in der Logistik dafür sorgen, dass die Erwartungen des Kunden erfüllt oder übertroffen werden.

Diejenigen, die direkten Kundenkontakt haben, müssen mit einem besonderen Spannungsfeld umgehen, das wir kennen sollten, damit wir es in der Führung schlaun bespielen können. Denn im Ausgleich der Kräfte liegt hier erhebliches Potenzial: Auf der einen Seite gilt es professionell und passend zur Marke, zu den Zielvorgaben und zum Kunden zu agieren – vieles hiervon ist in Vertriebsprozessen, Gesprächsleitfäden und weiteren Regelungen festgehalten und wird kontinuierlich weiterentwickelt. Auf der anderen Seite stärkt es die für den Vertriebs Erfolg prägende Beziehung unmittelbar, wenn der Kunde einen nahbaren, glaubwürdigen und authentischen Gesprächspartner erlebt. Viele Vertriebler haben eine eigene Art, einen eigenen Weg gefunden, um mit ihren Kunden gesund und profitabel zu wachsen.

Die Kunst besteht also darin, die Vertriebsarbeit zu professionalisieren, ohne den Menschen dahinter „wegzuprofessionalisieren“. Standards sollen Wirkung verstärken, Orientierung und Sicherheit geben, nicht Persönlichkeit ersetzen. Denn wer Vertrieb nur spielt, mag methodisch vieles richtig machen – vertrauenswürdig und im übertragenen Sinne attraktiv für den Kunden wird er dadurch noch nicht.

Also: Echt bleiben zählt etwas im Vertrieb – doch Authentizität ist nur die eine Seite des Spannungsfelds. „So bin ich eben“ ist keine besonders tragfähige Begründung für mangelnde Entwicklung – schon gar nicht im Vertrieb. Authentizität darf nicht als Ausrede dafür dienen, an Verhaltensweisen festzuhalten, die der eigenen Wirkung, der Marke oder legitimen Kundenbedürfnissen entgegenstehen.

Wir können (und sollten dringend) lernen, bessere Fragen zu stellen, genauer zuzuhören, klarer zu argumentieren, konsequenter nachzufassen oder souveräner mit schwierigen Gesprächssituationen umzugehen, ohne uns dabei selbst zu verlieren. Im Gegenteil: Professionalisierung kann uns dabei helfen, unsere Persönlichkeit wirksamer zur Geltung zu bringen.

Es gibt allerdings Eigenschaften, die sich nur sehr begrenzt durch Methodik ersetzen lassen. Zwei davon sind Neugierde und echtes Interesse am Gegenüber. Natürlich können wir lernen, offene Fragen zu stellen. Aber Kunden spüren meist sehr genau, ob wir eine Frage stellen, weil sie im Leitfaden steht – oder weil uns die Antwort tatsächlich interessiert.

Echtes Interesse zeigt sich nicht allein in der Frage, sondern vor allem darin, was wir mit der Antwort machen. Hören wir wirklich zu? Haken wir nach? Sind wir bereit, unsere vorbereitete Gesprächsagenda zu verlassen, wenn sich etwas Relevantes auftut?

Echt bleiben heißt eben nicht, gleich zu bleiben. Es bedeutet, die eigene Persönlichkeit zu bewahren, Neugierde und echtes Interesse mit an den Tisch zu bringen und zugleich immer besser darin zu werden, daraus Wirkung und Wachstum zu schaffen.