

Motivation durch starke Wünsche

Die folgende Geschichte beweist, dass jeder große Verkaufserfolg mit einem starken Wunsch und der kompromisslosen Bereitschaft beginnt, darum zu kämpfen.

Der verzweifelte Start des weltbesten Verkäufers

Der einzige Verkäufer, der im Guinness Buch der Rekorde steht, ist der Autoverkäufer Joe Girards aus Detroit. Sein Rekord von 1425 Autos in einem Jahr, die er Stück für Stück an Einzelkunden und nicht an Großabnehmer verkaufte, ist bis heute ungebrochen.

Doch bevor er der »weltbeste Verkäufer« wurde, stellte er eine ziemlich traurige Figur dar. Er stotterte, wechselte die Gelegenheitsjobs wie sein Hemd und legte zum Schluss eine **Pleite** mit 60000 Dollar hin. Das war die Zeit, wo Joe Girards sein Auto abends, wenn er heimkam, nur noch in einer Seitenstraße abstellte, aus Angst die Bank würde es beschlagnahmen. Doch den absoluten Tiefpunkt seines Lebens erreichte er, als er eines Tages nach Hause kam, seine Frau ihn um Geld für Lebensmittel bat und er bekennen musste: »Ich habe keines.« – »Und was sollen die Kinder essen?«, fragte sie ihn. Diese Frage sollte sein Leben ändern. Statt sich wegen seiner Minderwertigkeitsgefühle zu verkriechen (da er stotterte), sich in Selbstmitleid zu ergeben (wegen seiner Pleite) oder sich mit Selbstvorwürfen zu quälen (weil ihn ein Makler mit falschen Versprechungen hereingelegt hatte), dachte er nur

noch darüber nach, wie er seiner Familie auf anständige Weise ein Essen verschaffen konnte. So befreite er sich von Störungen.

Er musste jetzt etwas unternehmen, und so wandte er sich an einen Bekannten, einen Autohändler. Er wollte Autos verkaufen. Der Händler stimmte zu unter der Bedingung, dass er den anderen Verkäufern keine Kunden wegnehmen dürfte.

Girards willigte ein, schnappte sich das Detroiter Telefonbuch, riss zwei Seiten heraus, überlegte dann aber, dass die meisten Menschen tagsüber eher im Geschäft anzutreffen seien, riss also zwei weitere Seiten aus dem Branchenverzeichnis heraus und begann mit dem Verkaufen. Das Ergebnis können Sie sich vorstellen. Er schaffte es natürlich nicht – und dennoch gelang ihm an diesem ersten Tag sein erster Autoverkauf.

Und das kam so: Einige Minuten vor Ladenschluss kam noch ein Kunde herein. Girards, der versprochen hatte, den anderen Kollegen keinen Kunden wegzunehmen, schaute sich um. Aber entweder waren alle Kollegen bereits beschäftigt oder schon nach Hause gegangen. Zu diesem Zeitpunkt allerdings, so schrieb er später, hätte er sich mit jedem geschlagen, der ihm jetzt noch in die Quere gekommen wäre. Ihn beseelte nur ein Gedanke: »Ich muss diesen Kunden abschließen! Ich muss meiner Familie eine große Tüte Lebensmittel mitbringen!« Aus diesem Grund konnte er sich später auch nur noch daran erinnern, dass dieser Kunde ein Coca-Cola-Vertreter gewesen war. Das Gesicht hatte er vergessen, denn alles, was er in dem Kunden sah, war die Chance, sein Ziel zu erreichen. Dieser heiße Wunsch, dieser unbändige Drang muss ihn beflügelt haben, wie mit Engelszungen auf den Mann einzureden und ihn allein durch seine schiere Begeisterung zu einem Kauf zu überreden.

Dieser Verkauf wurde für ihn nicht nur zum Start in eine großartige Karriere, sondern auch zur ersten Lektion in der »Kunst des Verkaufens«. Er schrieb darüber:

»Wenn Sie von einem **starken Wunsch** nach etwas besessen sind, dann besitzen Sie die wichtigste Eigenschaft, die einen guten Verkäufer ausmacht. Nur, wenn Sie etwas **unbedingt haben wollen**, dann verfügen Sie über genügend Energie und Ausdauer, um alle Widerstände zu überwinden. Dann lassen Sie sich nicht von den Einwänden des möglichen Kunden einschüchtern; dann entwickeln Sie das Feuer und die Begeisterung, die schließlich zum Erfolg führen.«³⁾ Und er rät allen Verkäufern:

»Ein starker Wunsch reicht noch nicht aus, zum größten Verkäufer der Welt zu werden. Aber ohne ihn brauchen Sie gar nicht erst anzufangen!«

Der praktische Rat: Wenn Sie nach einem Misserfolg oder vor einem schwierigen Verkaufsgespräch an sich zweifeln oder von Sinnfragen geplagt werden, dann denken Sie an Ihren wichtigsten und heißesten **Wunsch**, den Sie sich mit Ihren Verkaufserfolgen erfüllen können. Oder Sie fragen sich: **»Warum tue ich das? Warum ist das jetzt notwendig?«** Und dann antworten Sie mit **»Weil-Antworten«**, also mit Gründen, die Ihnen am Herzen liegen, zum Beispiel: Warum rufe ich jetzt neue Kunden an? – Weil ich Termine brauche, um meiner Familie einen wunderschönen Urlaub bieten zu können!

