

seminar.inside

Das Magazin für erfolgreiche Weiterbildung und Meetings

WIRTSCHAFT:

Mind Change beeinflusst
auch unsere Arbeitswelt

SUPPORT:

Dolmetscher: die Kunst
der Live-Übersetzer

FOKUS
Entspannung

«The Wolf of Sales»

Daniel Enz | Verkaufstrainer & Speaker | Inhaber enz coaching

Daniel Enz

«Neugier ist ein sehr starkes Werkzeug im Verkaufsprozess.»

Er denkt quer, überrascht, provoziert schon mal mit Anzug und roten Turnschuhen – und begeistert in seinen Trainings mit knackigen Thesen und Methoden: «The Wolf of Sales», Daniel Enz. Das Interview mit dem Top 100 Verkaufstrainer und Speaker.

Daniel Enz, Sie bezeichnen sich selber mit «Wolf of Sales»?

«(lacht) Das ist eine Anlehnung an den Film «The Wolf of Wall Street» mit Leonardo DiCaprio. Er spielt in diesem Film einen Börsen-Makler mit durchaus verkäuferischen Fähigkeiten. Da ich selber im Devisenhandel im Bankenland Schweiz tätig war, hatte mich eine Kursteilnehmerin nach einer Vorstellungsrunde einmal mit «Wolf of Sales» betitelt. Ich musste schmunzeln und fühlte mich irgendwie geschmeichelt. Ansonsten distanzieren ich mich jedoch klar von der Figur Jordan Belfort, genannt «The Wolf», der weder ethische noch moralische Werte im Verkauf besass.»

Sie waren im Devisenhandel tätig. Geht es da tatsächlich zu und her wie im Film?

«Natürlich nicht. Wir feierten keine Drogenpartys und wilde Orgien, und wir schmissen auch keine kleinwüchsigen Menschen quer durch das Büro auf

Zielscheiben. In einigen Punkten gibt es jedoch tatsächlich Parallelen ...»

Und die wären?

«Eine Interessentin für ein Verkaufstraining hatte mich am Telefon kürzlich gefragt, ob ich in der Lage sei, ihren Mitarbeitern beizubringen, wie man mit Druck am Telefon umgehe. Ich antwortete ihr: «Ich war Devisen-Verkäufer bei einer amerikanischen Firma auf dem Finanzplatz Zürich und musste am Telefon meine Kunden davon überzeugen, dass mein Dollar-Kurs mit den vier Stellen nach dem Komma genauso viel Wert hatte, wie einer der drei Banken, die der Kunde auf seinen anderen Leitungen warten liess. Dabei spürte ich jeweils den fordernden Blick meines Chefs und des Händlers im Nacken, denn ich wusste nie, ob der Kunde nur bluffte und ich die halbe Million in den nächsten zwanzig Sekunden fixieren konnte oder den Deal verlieren würde. Also redete ich mich einfach um

Kopf und Kragen. Meinen Sie das mit Druck?» Danach war das Thema Druck abgehakt.»

Wie haben Sie gelernt, mit dem Druck umzugehen?

«Druck verändert alles. Das gilt auch im Verkaufsprozess. Es nützt nichts, wenn man in der Theorie und in Gesprächssimulationen brilliert, jedoch im echten Verhandlungsgespräch seine Leistung nicht abrufen kann. Wie im Sport erfordert der Umgang mit Druck viel Training – technisch und vor allem mental.»

Klingt, als hätten Sie das Verkaufen von der Pike auf gelernt ...

«Ich war schon immer im Sales tätig und habe verkauft, ob das Devisen, Textilien, Flugreisen, Radiokampagnen oder Medienpartnerschaften waren. Aufgewachsen bin ich in der Gastronomie. Meine Eltern haben ein Restaurant geführt. Mein Glück ist, dass ich viele Branchen als Verkäufer erlebt habe. Das macht es heute einfacher, wenn ich selber Verkaufstrainings leite. So stehen auf meinen Kursbewertungsbögen oft Bemerkungen wie «Ich hatte das Gefühl, du bist einer von uns.»

Viele Branchen leiden aktuell unter schlechten Verkaufszahlen. Wie



«Durch den Wohlstand fallen viele in eine gefährliche Komfortzone. Doch Chaos tut gut. Es fördert die Kreativität und hält jung.» (Daniel Enz)

sehen Sie die momentane Situation mit dem starken Schweizer Franken?

«Tatsächlich ist es für einige Branchen nicht einfach. Umso besser müssen wir Schweizer in punkto Service, Qualität und Innovation sein. Leider verstehen das einige Branchen nicht und stellen den Fokus lieber auf den Preis. Das ist einfacher, aber auch etwas feige. Manchmal frage ich mich, ob Jammern hierzulande schon fast zur Kultur gehört. Durch den Wohlstand fallen viele in eine gefährliche Komfortzone. Doch Chaos tut gut. Es fördert die Kreativität und hält jung. Das passiert im Moment gerade mit unserer Währung.»

Können Sie spezifisch eine Branche nennen?

«Die Hotelbranche zum Beispiel. Ich übernachtete sehr oft in Schweizer Hotels und erlebe oft haarsträubende Dinge – vier oder fünf Sterne hin oder her. Da wundert es mich nicht, wenn die Gäste fern bleiben und über die Grenze gehen. Viele konnten jahrelang die Kuh melken und nun wirds plötzlich eng. Andere sind jedoch stetig mit dem Wandel mitgegangen, haben sich nicht gegen Veränderungen gewehrt und sich weiterentwickelt. Sie sind innovativ und verbuchen auch in schwierigen Zeiten

immer gute Gästezahlen. Solche Unternehmen braucht die Schweiz.»

Zu Ihren Kunden zählen namhafte Unternehmen wie RE/MAX, Valora, Amplifon oder Sprüngli. Können Sie sich klonen?

«Ich arbeite daran. Die Prototypen sind bereits in der Schublade. (lacht) Nein. Als Trainer setzte ich auf Nachhaltigkeit somit auf langfristige Projekte. Das macht die Planung einfacher. Zudem habe ich ein Expertenteam gegründet – ein Team von Trainerprofis, die mich bei sehr grossen oder in themenübergreifenden Projekten unterstützen.»

Sie halten Vorträge in roten Turnschuhen und füllen dabei grosse Säle. Einer Ihrer Vortragstitel heisst: «Geschätzter Kunde, Sie können mich mal!» – Daniel Enz, der Provokateur?

«(schmunzelt) Ich bin der Meinung, dass Neugier ein sehr starkes Werkzeug im Verkaufsprozess ist. Sie kann unter anderem durch Provokation ausgelöst werden. Auf meiner Webseite findet man zum Beispiel einen roten Button auf dem steht: «Hier NICHT klicken!». Jetzt raten Sie mal, welches der mit Abstand meist angeklickte Button auf meiner Webseite ist. Wer sich da-

mit beschäftigt, wie Menschen ticken, und was welche Emotionen auslöst, der kann auch einfacher und mehr verkaufen. So funktioniert letztlich kluges Marketing. Natürlich könnte ich diesen Vortrag auch «der Kunde ist König» nennen, nur wären dann die Säle vermutlich nicht ganz so voll. Kleiner Test: Denken Sie mal NICHT an rote Turnschuhe.»

Daniel Enz

Manche sagen, seine Vorträge und Trainingsmethoden seien wie er selber ein wenig verrückt. Und wahrscheinlich haben «manche» nicht ganz unrecht. Doch genau das zeichnet Daniel Enz aus. Er spricht aus, was viele sich nicht trauen. Zu seinen Kernthemen zählen Verkauf & Kundenorientierung, Persönlichkeitsentwicklung & Erfolg, Motivation & Inspiration.

DanielEnz
SPEAKER & TRAINER

enz coaching für
Verkauf & Kommunikation

Oberstrasse 153
9000 St.Gallen
Tel.: +41 71 260 17 80
info@danielenz.ch
www.danielenz.ch