

Verkauf ist nicht alles. Aber ohne Verkauf ist alles nichts.

„Wenn man einen Truthahn füllt, dann wäre es sinnvoll, wenn dieser vorher geschlachtet würde.“

BRANDaktuell: HerrENZ, Sie sprechen an der diesjährigen FOR SALE Tagung über die Höhen und Tiefen eines Verkäufers während des Verkaufsgesprächs. Warum geht es bei Ihrem Vortrag?

DanielENZ: Ein Vortrag in dem sie sich zu 100% selbst wieder erkennen, mit 100% Schmunzelgarantie und 95% roten Turnschuhen.

BRANDaktuell: Das macht ja schon mal neugierig. Verraten Sie uns, was es mit dem Titel TURBULENZEN auf sich hat?

DanielENZ: In meinen Verkaufstrainings stelle ich immer wieder fest, dass die Verkäufer/innen nach einem eigenen Muster vorgehen. Sie nennen dieses Muster Freestyle. Doch Freestyle ist kein Muster und sollte erst zum Einsatz kommen, wenn die Grundstruktur, die Basis vorhanden ist. Fehlt dieses Fundament, kann Freestyle sogar gefährlich sein und zu Turbulenzen führen. Ich schätze, weit mehr als die Hälfte der Verkäufer/innen begeben sich auf diesen Höhenflug.

BRANDaktuell: Frei sprechen zu können ist doch eine Gabe. Weshalb ist das gefährlich?

DanielENZ: Wenn man auf der Bühne steht, haben Sie zu 100 Prozent recht!

Doch im Verkaufsgespräch sind wir mindestens zu zweit. Die meisten Verkäufer/innen sind immer nur am Reagieren, sprich der Kunde ist im Lead. Doch wenn der Kunde führt, dann können wir nur schwer das Gespräch in die Richtung lenken, in die wir möchten. Erfolgreiche Verkäufer/innen wissen also haargenau, in welcher Phase sie sich befinden und können dementsprechend ihre Ziele verfolgen. Ich vergleiche das gerne mit einem Koch: Dieser muss auch wissen, dass man den Truthahn zuerst schlachten sollte, bevor man ihn füllt. Genauso ist es im Verkaufsgespräch. Erst danach kommt Freestyle.

BRANDaktuell: Man bezeichnet Sie als „der mit den roten Schuhen“. Ist das ein Marketing-Gag?

DanielENZ: In gewisser Weise, ja. Doch es geht um weit mehr als nur einen Gag. Es geht um eine Bildmarke. Schauen Sie: Wenn ich in der Wiener Hofburg vor tausend Menschen spreche, dann kennen die Jahre später meinen Namen vermutlich nicht mehr. Sie erinnern sich wohl an einige Botschaften oder Geschichten aus dem Vortrag, aber mein Name ist aus deren Denkkapazität verschwunden. Doch wahrscheinlich erinnern sie sich am Stammtischgespräch alle an meine roten Turnschuhe. Möchten Sie mich also wieder finden oder gar buchen, dann fragen sie „Google den

Allmächtigen“ und tippen da z.B. „Verkaufstrainer rote Schuhe“ ein. Finden sie mich dann nicht, verspiele ich ein großes Potenzial und habe keine Bildmarke.

BRANDaktuell: Wie sind Sie auf diese Idee gekommen?

DanielENZ: Nun, ich liebe Sneakers. Punkt. In Zahlen sind es über 40 Paar davon. Irgendwann musste ich aus der Not heraus Turnschuhe anziehen, da mein Flugzeuggepäck mit den eleganten Lederschuhendrin nicht ankam. Mit Sneakers und Anzug stand ich also im Seminarraum und entschuldigte mich zuerst dafür. Als mein Gepäck später vom Flughafenservice direkt zum Seminarraum gebracht wurde und ich die Schuhe wechseln wollte, ermutigten mich die Seminarteilnehmer die Sneakers anzubehalten. Danach trug ich nur noch Sneakers, denn die Lederschuhe fühlten sich schon immer komischer an als die weichen Treter. Heute weiss ich, dass die Idee also schon immer da war, nur hatte ich sie nicht von Anfang an erkannt. Genauso ist es mit dem Thema, mit dem man auf die Bühne geht. Authentische Speaker müssen ihr Thema nicht suchen, sie haben es schon. Wenn mich also angehende Speaker fragen, worüber sie sprechen könnten, ist das der falsche Ansatz. Das gilt auch für die Bildmarke. Sie können es gerne testen.

Daniel Enz

Der Schweizer TOP 100 Verkaufstrainer & Speaker ist 2021 bereits zum zweiten Mal bei FOR SALE. Bereits 2018 begeisterte das Publikum.

Wir haben ihm vorab auf den Zahn gefühlt.

BRANDaktuell: Manche Experten sind der Meinung, dass die Uhr für Verkäufer/innen tickt. Sie werden ersetzt durch digitale Lösungen. Wie sehen Sie das?

Daniel Enz: Für Produkte und Dienstleistungen, die nicht beratungsintensiv sind, trifft das wahrscheinlich zu. Der rote Turnschuh oder die Krankenkassen Grundversicherung benötigen keine Verkäufer mehr. Doch komplexe Dienstleistungen oder Produkte, bei denen Entscheidungswege lang sind, da werden Verkäufer/innen umso wichtiger. Hier ist es vor allem zentral, dass diese sich digital weiterbilden und den Verkaufsprozess, die Customer Journey, anpassen. Aus der Grundversicherung wird also eine umfassende Lebenssituations-Analyse, aus dem Sneaker wird eine kom-

plette Styling Beratung inkl. Frisur und Typenanalyse. Dies erfordert eine enorme Bereitschaft für Veränderung von allen Seiten. Wehren sich Verkäufer/innen z.B. gegen Online Meetings, dann wird es diese Firma vermutlich in 10-15 Jahren (oder vorher schon) nicht mehr geben. Das gilt übrigens auch für Trainer und Speaker.

BRANDaktuell: Wenn Sie sagen, dies gelte auch für Ihren Beruf, wo holen Sie sich selbst Inspiration?

Daniel Enz: Ich höre praktisch täglich Podcasts und tausche mich regelmäßig mit Berufskollegen und guten Freunden aus. Es können aber auch Filme, Bücher oder Webinare sein, da bin ich sehr offen. Jeder braucht Inspirationsquellen, sogar der größte Motivations-Guru. Wir sind übrigens dran,

unseren eigenen Podcast zu produzieren. „Speaker in Red Sneaker“ wird ab 2022 auf allen wichtigen Plattformen wie z.B. Spotify zu hören sein.

BRANDaktuell: Und wenn Sie mal nicht im Seminarraum anzutreffen sind oder auf der Bühne stehen, wo findet man Sie dann?

Daniel Enz: Vermutlich auf meinem Motorrad im Fahrtwind Richtung untergehende Sonne. Ist das jetzt kitschig? *(lacht)*

Besuchen Sie den Sales-Blog mit spannenden Tipps & Tricks rund um das Thema Verkaufen.

