

Mission 1

# Das Manifest verstehen

Die Leute machen Ihre  
Leistungen schlecht,  
weil sie selbst keine Leistungen  
erbringen.

*Jeffrey Gitomer*  
KING of SALES

# **(Die alte Verkaufsmethode funktioniert nicht mehr) Es geht nicht mehr um ... Jetzt geht es nur noch um ...**

*Die alte Art zu verkaufen ist tot.  
Hier lesen Sie, warum – und wie Sie die neue  
Methode zur Erringung der Marktdominanz  
meistern, Ihre Konkurrenz vernichten, den  
Verkauf abschließen und Ihren Preis erhalten.*

Jahrzehntelang konzentrierten sich das Modell und die Philosophie rund um den Verkaufsprozess auf die Punkte »Kunden erschließen, präsentieren, Einwände entkräften und den Verkauf abschließen«. Bei diesem Prozess ergeben sich Manipulation, Preiswettbewerb, Preisvergleiche und letztlich Frustrationen, sowohl bei den Verkäufern als auch bei ihren Vorgesetzten, weil sie Gewinne einbüßen, selbst wenn sie den Abschluss erhalten.

Es ist ganz klar ein neues Modell und eine neue Strategie erforderlich – ein besseres Sales-Modell ohne Manipulation und eines, das zu einer vertrauensvollen, nicht auf einem Preiswettbewerb basierenden, profitablen Beziehung führt. Ein



Modell, bei dem der Kunde kauft, weil er den Wert sieht und nicht nur den Preis. Eines, das auch soziales Engagement und soziale Bindungen mit einbezieht. Und eines, das mitwachsen kann, wenn sich der Verkäufer weiterentwickelt.

Dieses neue Modell verändert das Spiel und sorgt dafür, dass Sie endgültig und dauerhaft im 21. Jahrhundert ankommen.

Es kombiniert persönliche Gespräche, Online-Aktivitäten, Social Media und Social Selling. Dieses eine Buch wird Sie formen und Sie für das kommende Jahrzehnt fit machen. Sie erhalten nicht nur mehr Abschlüsse und mehr Geld, sondern Sie werden zu einem besseren Verkäufer und zu einem besseren Menschen. Kurz – es geht nicht nur darum, wie Sie Verkaufsabschlüsse erzielen. *Der Manifest-Verkauf* wird Ihnen helfen, Beziehungen aufzubauen, die zu Weiterempfehlungen führen.

Der neue Ansatz betrachtet die Vorbereitung und VOLLSTÄNDIGE DURCHFÜHRUNG (nicht nur den Abschluss) von Verkäufen auf völlig neue Weise. Er bietet dem Verkäufer ein neues, effektives Set von Kriterien zur Kontaktaufnahme und zum Aufbau von Beziehungen, das – wenn es umgesetzt und angewendet wird – zu besseren Fähigkeiten, besseren Verkaufsabschlüssen, einem besseren Ruf und höheren Gewinnen führt.

Es folgt eine kurze Erklärung dessen, was Sie erwartet, wenn Sie lesen, beobachten, lernen und umsetzen:

*Der Manifest-Verkauf* identifiziert in einfachen Worten die 6,5 Bestandteile des neuen Verkaufsprozesses und baut für jeden von ihnen einfach zu erlernende und einfach umsetzbare Modelle auf:

- 1. Anziehungskraft des Werts** (Sie erstellen soziale Botschaften, die den Leser/Betrachter/Zuhörer begierig auf mehr machen.)
- 2. SIE-Vorbereitung** (Sie planen eine Strategie, bereiten sich vor und führen sie aus – und zwar mit Blick auf den Kunden.)
- 3. Bindungskraft des Werts** (Anziehung PLUS Wert ergibt eine Verbindung.)
- 4. Verbindung und vollständige Durchführung** (Die Art, wie Sie die Verbindung aufbauen und wie Sie sie für den Abschluss nutzen, lässt den Kunden den Wert erkennen, der über den Preis hinausgeht.)
- 5. Aufbau profitabler, langfristiger Beziehungen** (Sie erhalten loyale Kunden, denen es auf den Wert ankommt.)
- 6. Aufbau einer dauerhaften, erstklassigen Reputation, die Ihnen zu Weiterempfehlungen verhilft** (sowohl im Internet als auch in der Gesellschaft)
- 6,5 Praktizierung des Nicht-Systems des Verkaufens** (Das Einzige, was dieses Nicht-System NICHT ist, ist manipulativ.)

**Lassen Sie mich diese Schritte ein wenig genauer ausführen ...**

*Teil Eins: Anziehung* ist eine Kombination aus sozialem Engagement und Branding. Sie ergibt sich aus konsistenten Botschaften und Angeboten, die für den Empfänger so vorteilhaft



sind und die von ihm so gut aufgenommen werden, dass er sie mit seinen Followern teilt, sie weiterleitet, postet und weitertwittert.

*Teil Zwei: Vorbereitung* bietet ein neues Modell, das vier Dinge identifiziert und definiert: (1) die Situation, (2) die Gelegenheiten, (3) die Ziele und (4) das Ergebnis. ALLES ZUM VORTEIL DES KUNDEN. Das Modell verlangt aber auch von Ihnen, dass Teil (4,5) – der Klebstoff, der die gesamte Vorbereitung zusammenhält – DAS BESTE ist. Wenn Sie ZU JEDER ZEIT Ihr Bestes geben, erhöht sich der Prozentsatz an positiven Ergebnissen.

*Teil Drei: Bindungskraft* ist ein Szenario aus 4,5 Teilen, das dafür sorgt, dass jedem Angebot ein Wert innewohnt. (1) Warum sollte sich ein potenzieller Kunde von Ihnen angesprochen fühlen? (2) Warum sollte sich ein potenzieller Kunde von Ihrem Angebot angesprochen fühlen? (3) Wie nimmt der Kunde den Unterschied zwischen Ihnen und Ihrer Konkurrenz wahr? (4) Wie leicht lässt es sich, dem Gefühl des Kunden nach, mit Ihnen Geschäfte machen? (4,5) Die Botschaften müssen sowohl für den Leser wertvoll als auch im Angebot konsistent sein. Das ist die Formel, die eine profitable Verbindung zustande bringt.

*Teil Vier: Verbindung* identifiziert traditionelle Gelegenheiten, um Ihr Netzwerk zu erweitern und zu stärken, KOMBINIERT mit einem geschäftlichen Auftritt in den sozialen Medien, mit dem Sie die bestmöglichen Kontakte und potenziellen Kunden anziehen, und zwar durch die folgenden Quellen: (1) unaufgeforderte Weiterempfehlungen, (2) Anziehungskraft, Engagement und Verbindungen über soziale Medien, (3) bestehende Kunden und (4) Ihr Netzwerk.

Hier lernen Sie auch, wie Sie eine konsistente Wertebotschaft liefern, die dem Kunden Vorteile bietet, sodass er in Verbindung BLEIBT und loyal ist. Der Klebstoff in diesem gesamten Verbindungsprozess ist Ihr Wert und Ihr Ruf – sowohl im Internet als auch auf dem Weg der Mundpropaganda.

*Teil Fünf: Der Aufbau profitabler Beziehungen* stellt das neue Modell des verkaufenden Verkäufers auf die Probe: Er muss nach dem Verkauf Service und Wert bieten, denn das führt zu Loyalität. Und Loyalität führt zu weiteren Geschäftsabschlüssen und zu Empfehlungen. Hier finden Sie detaillierte Informationen darüber, wie Sie Beziehungen aufbauen und aufrechterhalten und wie diese Beziehungen dazu beitragen, Ihre Gewinne zu erhöhen und den Wettbewerb auszuschalten.

*Teil Sechs: Reputation.* Darunter verstehe ich die Charakterstärke, die schon lange beim Kunden angekommen ist, bevor er den Verkäufer überhaupt persönlich kennenlernt. Hier konzentrieren wir uns auf die verpasste Gelegenheit, eine persönliche Marke und Glaubwürdigkeit aufzubauen, die oft den Unterschied zwischen Erfolg und Misserfolg ausmacht.

*Und Teil 6,5 ist die Durchführung.* Ebenso wie Bindungskraft und Verbindung enthält dieser Teil die grundsätzlichen und grundlegenden Schritte zu der NEUEN Verkaufsmethode. Ich bezeichne sie als: Das Nicht-System des Verkaufens – intelligente, emotionale, freundliche, auf dem Wert aufbauende Einbeziehung des Kunden. Die Schritte sind: (1) die Fragen, die Sie stellen, (2) die Ideen, die Sie präsentieren, (3) Ihre mitreißenden Präsentationsfähigkeiten, (4) Ihr wahrnehmbarer Unterschied, Ihr wahrgenommener Wert und Ihre Beweise und (4,5) der Klebstoff,



der alles zusammenhält, Ihre Einstellung, Überzeugung und die Begeisterung, die Sie auf den potenziellen oder bestehenden Kunden übertragen.

Solange Sie nicht aufwachen  
und erkennen, dass die alte  
Verkaufsmethode nicht mehr  
funktioniert, sind Sie ebenso  
verdammt wie das Faxgerät, der  
Blackberry und die Gelben Seiten.

# Zusammenstellung der Gedanken, Ideen und Herausforderungen

Eine Sammlung der grundsätzlichen und grundlegenden Erfolgselemente und Aktionen, die in Ihrer Entwicklung und Umgebung als Verkäufer jetzt, in Zukunft und innerhalb der kommenden zehn Jahre stattfinden müssen.

## EINE MANIFESTIERUNG DER GEDANKEN UND IDEEN FÜR IHR MANIFEST

- **Zeiteinteilung statt Zeitmanagement.** Die größte Zeitverschwendung auf Erden ist ein Kurs für Zeitmanagement. Nehmen Sie die 16 bis 18 Stunden, die Sie jeden Tag wach sind, teilen Sie sie in Abschnitte zu je 15 bis 30 Minuten und TEILEN Sie jeden Block einer Aufgabe ZU. Wenn Sie jedem Block etwas Positives zuordnen, wird sich Ihre Produktivität verdreifachen.
- **Mentale und körperliche Vorbereitung.** Mentale und körperliche Vorbereitung müssen in gleichem Maß geleistet werden. Wenn die beiden nicht im Gleichgewicht sind, gerät auch Ihre Verkaufsbilanz aus dem Gleichgewicht.
- **Technische Überlegenheit.** Menschen, die sagen: »Ich benutze kein Twitter und keine sozialen Medien«, geraten gegenüber denen, die es tun, ins Hintertreffen. Seien Sie kein





solcher Mensch. Die sozialen Medien sind dazu da, dass Sie aus ihnen Vorteile ziehen. Ihr soziales Engagement führt zu sozialen Verbindungen und zum Social Selling. Investieren Sie in Ihre technischen Fähigkeiten, damit Sie mit anderen in Kontakt treten und wertvolle Verbindungen aufbauen können.

- **Soziale Anziehungskraft, Verbindungen und Ruf.** Investieren Sie Zeit in soziale Aktivitäten, denn nur so können Sie damit Erfolg haben. Das Soziale sind Ihr permanenter Lebenslauf, Ihre ins Auge fallenden Leistungen, Ihre Gedanken und schriftlichen Werke und auch Ihr Ruf als Person. Diese vier Elemente machen Sie so attraktiv, dass andere Leute Beziehungen zu Ihnen knüpfen wollen. Und so erhalten Sie Verkaufsabschlüsse.
- **Wie attraktiv sind Sie?** Diese Frage hat nichts mit gutem Aussehen zu tun, sondern mit Ihrem wahrgenommenen Marktwert. Wahrnehmbarer Wert und Anziehungskraft im Internet sind untrennbar miteinander verknüpft.
- **Service, der die Erwartungen übertrifft.** Das 5000 Jahre alte chinesische Sprichwort »*Dienen ist Herrschen*« war noch nie so wahr wie heute. Außergewöhnlicher Service, sowohl in der Wirklichkeit als auch im Internet, trägt dazu bei, dass Sie die Konkurrenz dominieren, weil Sie loyale Kunden und einen hervorragenden Ruf haben.
- **Qualität und Wert statt Preis.** Tun Sie sich mit Wert hervor und differenzieren Sie sich durch Qualität, dann hat der Preis kaum mehr Bedeutung. Sobald der Preis der

entscheidende Faktor ist, verlieren Sie große Teile Ihres Gewinns, selbst wenn Sie den Abschluss erhalten.

- **Wahrgenommene und tatsächliche Unterschiede.** Es kommt allein auf die Wahrnehmung des Kunden an. Wie schaffen Sie es, ihm zum Vorteil zu verhelfen? Wenn der Kunde einen Unterschied zwischen Ihnen und Ihrer Konkurrenz wahrnimmt, dann gibt es diesen Unterschied. Ansonsten gibt es nur Preisunterschiede.
- **Geld sparen oder Gewinn machen.** CEOs und CFOs wollen Gewinne machen. Am Sparen sind sie nicht interessiert. Die einzigen, denen es ums Sparen geht, sind Einkäufer und andere Angestellte auf den unteren Ebenen, die gut aussehen und Ihnen den Gewinn abnehmen wollen. Beginnen Sie daher lieber gleich an der Spitze.
- **Kommen Sie nicht alleine.** Wer ist bei Ihnen, wenn Sie einen Verkauf abschließen? Wenn Sie mit dem CEO des potenziellen Kunden sprechen wollen, dann bringen Sie Ihren mit und arrangieren Sie ein Treffen. Ich verspreche Ihnen, dass der Verkauf dann schneller und glatter über die Bühne geht.
- **Alle wollen BEWEISE.** Was ist bei Ihnen, wenn Sie einen Verkauf abschließen? Wenn Sie über sich selbst sprechen, gilt das als Angeberei. Wenn Sie dagegen Video-Aussagen anderer Kunden mitbringen, die Ihre Geschichte und Ihre Aussagen untermauern, gelten sie als BEWEISE!
- **Wer empfiehlt Sie?** Dies ist das ultimative MANIFESTO-ZEUGNIS. Wenn Ihre Kunden Sie aktiv weiterempfehlen –



ohne dass Sie darum bitten müssen –, dann haben Sie alles richtig gemacht und die Erwartungen sogar noch übertroffen. Wenn Sie nach einem Maßstab für Ihre Leistungen Ausschau halten, dann sind diese unaufgeforderten Empfehlungen das Richtige.

# DEFINITION DES MANIFESTS ...

**MANIFEST ist nicht nur MEHR.**

**MANIFEST ist AKTION.**

**Denken Sie. Lesen Sie. Erleben Sie.**

**Beobachten Sie.**

**Sammeln Sie – Ideen und Freunde.**

**Offenbaren Sie Ihre Gedanken.**

**Seien Sie anziehend. Bereiten Sie sich vor  
und seien Sie vorbereitet.**

**Internet. Absicht. Engagement. Beziehungen.**

**Differenzieren Sie sich. Beweisen Sie Wert.**

**Dienen Sie mit Stolz. Bleiben Sie bescheiden.**

**Bleiben Sie nüchtern.**

**Schreiben Sie. Posten Sie. Antworten Sie.**

**Lieben Sie es oder lassen Sie es.**

**Belohnen Sie – sich und andere.**

**Tun Sie immer das Richtige.**

*Jeffrey Gitomer*

# Es gibt keinen Preis für den zweiten Platz – entweder Sie gewinnen oder Sie verlieren. Das war's.

**Alle Wirtschaftsindikatoren und alle Ökonomen  
sagen einen BOOM voraus.**

**Ich glaube, uns stehen zehn Jahre eines erstaunlichen  
Wohlstandszuwachses bevor.**

**Die einzige Frage lautet: WIE WERDEN SIE  
WOHLSTAND ERWERBEN?**

**Dieses Buch bietet Ihnen gesicherte Sales-Antworten.**

Ich glaube, dass die jährlichen Probleme und Herausforderungen à la »Erreichen Sie alle Ihre Ziele«, »Erleben Sie Ihr bisher bestes Jahr« und andere solche Varianten des immer gleichen Prozesses ziemlich ausgereizt sind.

Selbstverständlich wollen Sie Ihre Ziele erreichen, selbstverständlich wollen Sie Ihr bisher bestes Jahr erleben, oder etwa nicht? In diesem Buch geht es um das beste bisherige JAHRZEHNT! Die Frage lautet: Wie verwirklichen Sie das? Oder, besser gesagt, wie verwirklichen Sie das auf Ihrem derzeitigen Niveau?

Dieses Buch ist nicht nur das »Wie« – es ist ein Buch der schnörkellosen ANTWORTEN und AKTIONEN, das Sie an die Spitze Ihrer Verkaufsumgebung katapultieren und dort halten wird.

*Was ist ein Sales-Manifest?*

**Ein Sales-Manifest ist eine Reihe von Direktiven und Antworten, die zu tatsächlichem Erfolg in der realen Welt führen. Keine Theorie. Keine Beschönigungen. Kein Beschiss. Nur Verkauf und Fakten.**

*Welchen Nutzen bringt mir dieses Buch?*

**In diesem Buch finden Sie lauter Sales-Ideen und Antworten, die Sie sofort nach dem Lesen praktisch anwenden können.**

**Dieses Buch wird Sie inspirieren und Ihnen das Selbstvertrauen geben, mit dem Sie neue Aktionen unternehmen und mehr Verkaufsabschlüsse erzielen können.**



*Wie verwende ich das Buch so, dass ich  
erfolgreich werde und Wohlstand erwerbe?*

**Dies ist ein Buch der Sales-Imperative.  
Dies ist ein Buch der nächsten Generation des  
Verkaufs sowie der Direktiven und Strategien  
zur persönlichen Weiterentwicklung, die Sie  
HEUTE einsetzen können.**

**Dies ist das Sales-Buch, das allen anderen  
Sales-Büchern als Maßstab dienen wird.**

# Was ist »Disruption«?

Das Geheimnis meines Sales-Erfolgs? ... Ich bin disruptiv, breche die Regeln, störe gewohnte Abläufe.

Disruption geht allem konventionellen und traditionellen Denken gegen den Strich. Sie bringt den Markt dazu, Ziele und Vorgaben neu zu überdenken.

Disruption verändert die Norm. Disruption hebt Sie vom Mittelmaß ab.

Dort, wo Ihnen der Gegenwind ins Gesicht bläst, treffen Sie vermutlich wenig Mitreisende, und im Oberlauf der Flüsse schwimmen die meisten Fische.

## **Ich verhalte mich inzwischen seit 30 Jahren disruptiv.**

Meine Sales-Perspektive – die bald auch die Ihre sein wird – ist wie eine Ohrfeige für die herkömmlichen Verkaufsmuster.

Kaltakquise, Suche nach dem wunden Punkt, Sales-Pitch, Abschluss, Kundenzufriedenheit – all das ist völliger Unsinn.





Im Folgenden sehen Sie meine ECHTEN, disruptiven MANIFEST-Elemente, die Sie zur NEUEN Art des VERKAUFS bringen werden ...

- **Anziehungskraft des Wertes.**
- **Anziehungskraft des Sozialen.**
- **Suchen Sie das, was Vergnügen bereitet.**
- **Stellen Sie emotionale Fragen.**
- **Entdecken Sie das Kaufmotiv.**
- **Bieten Sie IDEEN statt eines Sales-Pitches.**
- **Bestätigen Sie die Dringlichkeit des Angebots.**
- **Liefern Sie Wert vor und nach dem Verkauf.**
- **Verdienen Sie sich die Loyalität des Kunden.**
- **Verdienen Sie sich Empfehlungen.**

Alle diese Elemente sind keine Hexerei, aber sie wirken wie ein HEXENBESEN, der Sie in Windeseile zum Erfolg als Verkäufer trägt. Jedes Element wird im Verlauf des Buches genau erklärt. Und das ist erst der Anfang.



Dieses SALES-MANIFEST gehört Ihnen.  
Sie können es nehmen, lernen, verstehen,  
umsetzen und dann den Gewinn  
einstreichen.