

1. Verkaufen macht glücklich

Glück im Verkauf und glücklich sein im Verkauf, oder sogar durch den Verkauf, sind zwei komplett unterschiedliche Themen: »Glück zu haben« wird im Deutschen oft mit zufälligem Glück gleichgesetzt. Und gerade darum geht es bei *Happy Sales* nicht! *Happy Sales* bedeutet: glücklicher Verkäufer – glücklicher Kunde! Warum? Wenn wir lieben, was wir tun und die schönen Seiten unseres (Berufs-)Lebens genießen, dann fließt positive Energie und die spüren wir nicht nur selbst, in dem wir die Welt positiver wahrnehmen und öfters mal Zeit und Raum vergessen, also in dem sogenannten Flow-Zustand kommen. Diese Energie spürt vorallem auch unser Kunde durch unser Glückscharisma – unsere authentische, fröhliche und überzeugende Wirkung. In der Folge verkaufen wir leichter und erfolgreicher, was uns wiederum glücklicher macht. Nun ist es an der Zeit, dass wir uns gemeinsam mit den Grundlagen der Positiven Psychologie, der wissenschaftlichen Glücksforschung beschäftigen und dadurch für unsere tägliche Verkaufsrolle lernen und profitieren!

Was ist Glück überhaupt?

Martin Seligman benutzt den Begriff »Glücklichkeit«. Damit meint er nicht nur momentane positive Glücksgefühle, sondern versteht darunter ein »gutes Leben« im Sinne eines erfüllten Lebens zu führen. Glück bedeutet nach Ed Diener, einem weiteren sehr bekannten Wissenschaftler auf dem Gebiet der Positiven Psychologie mit dem Spitznamen »Dr Happiness«: »die Fähigkeit, ein anhaltendes, subjektives Wohlbefinden zu verspüren«. Subjektives Wohlbefinden umfasst sowohl das Verhältnis von positiven gegenüber negativen Emotionen, als auch die persönliche Zufriedenheit mit den Rahmenbedingungen des eigenen Lebens. Das Rezept für dieses subjektive Wohlbefinden

(SWB) setzt sich demnach aus verschiedenen Zutaten zusammen. Glück ist zum Beispiel im Wesentlichen davon abhängig, wie stark jemand in seinem sozialen Umfeld verwurzelt ist und wie sehr er den Kontakt zu seinen Mitmenschen lebt und als Freude empfindet. Eine weitere wichtige Zutat ist die Genussfähigkeit im Alltag: Wie stark ist der Verkäufer in der Lage, kleine Momente des Glücks in seinen eigenen Verkaufsalltag zu erleben und zusätzlich zu integrieren? Klingt simple, ist aber im hektischen Vertriebsalltag praktisch gar nicht so einfach!

Mindestens genauso wichtig für das subjektive Wohlbefinden ist die Frage, wie sehr der Verkäufer sein berufliches Wirken für sinnvoll empfindet und welche Erfüllung er dadurch verspürt. Und es kommt darauf an, wie gut er sich in seinem Umfeld persönlich weiterentwickeln kann, also gefordert und gefördert wird. Sinn und Erfüllung im Beruf sind zwei Komponenten, die gerade im Business extrem in Mode sind und oft als »Purpose« bezeichnet werden. Unternehmen übernehmen zunehmend Verantwortung und möchten ihren Mitarbeitenden Sinn und Erfüllung durch das Berufsleben bieten.

Auch wenn dieses Umdenken Richtung Glück im Business vielleicht nicht immer ganz freiwillig erfolgt, sondern vorallem auch als Aushängeschild für Mitarbeiter- und Kundenloyalität verwendet wird, so begrüße ich diese Entwicklung ausdrücklich. Sie bietet uns einen notwendigen Anker in unserer agilen und digitalisierten Welt.

Die Positive Psychologie unterscheidet zwischen zwei Arten von Glück: dem hedonistischen und dem eudaimonischen Glück. Das hedonistische Glück könnte man auch als »Wohlfühlglück« oder einfach als »Freude« bezeichnen. Das eudaimonische als »Glück durch Erfüllung«, »Wertglück« oder »Leistungsglück«, wie mein Speakerkollege Gabriel Schandl es sehr treffend bezeichnet. Meine persönlichen Erfahrungen decken sich mit der Meinung der Philosophen, Psychologen und Neurologen: Es

braucht beide Komponenten, um langfristig wirklich glücklich zu sein.

Wissen Sie was das Schöne ist? Ich bin der Meinung, der Verkäuferberuf bietet zahlreiche Möglichkeiten, um auf beiden Feldern tagtäglich Glückspunkte zu sammeln. Immer vorausgesetzt, wir vergessen vor lauter Erfolg das Genießen und Feiern nicht ☺.

Das Glück im Verkauf, das sie mit Hilfe von Happy Sales finden bzw. verstärken können, meint dieses »subjektive Wohlbefinden« und die »Glücklichkeit« als Lebenszustand und nicht nur das Erleben von flüchtigen Glücksmomenten oder die scheinbaren Glücksfälle, die man auch als »Zufallsglück« beschreiben könnte.

Ist Glück angeboren? Kurzfristige Hochstimmung oder anhaltend hoher Glückslevel?

Seit der »Happiness Twin Studie«, die von Professor Lykken in den 1980er Jahren in Minnesota durchgeführt wurde, wissen wir aufgrund der umfangreichen Untersuchungen an eineiigen Zwillingen, dass die Fähigkeit, anhaltendes Glück zu empfinden, zum Teil genetisch bedingt ist. Man hat eineiige Zwillingspaare untersucht und zwar sowohl Paare, die zusammen aufgewachsen sind, als auch solche, die getrennt voneinander groß geworden sind. Bei der Beobachtung der Zwillinge wurde festgestellt, dass der genetisch angeborne Glücksfixpunkt genau gleich ausgeprägt ist und nicht, wie zunächst vermutet, von den äußeren Umständen abhing, in denen die Kinder aufgewachsen sind.

Jeder von uns hat einen bestimmten Glücksausgangspunkt, einen sogenannten Glücksfixpunkt geerbt. Dieser genetische Fixpunkt ist eine Art Nullpunkt, zu dem wir nach großen Enttäuschungen oder großen Triumpfen immer wieder zurückkehren.

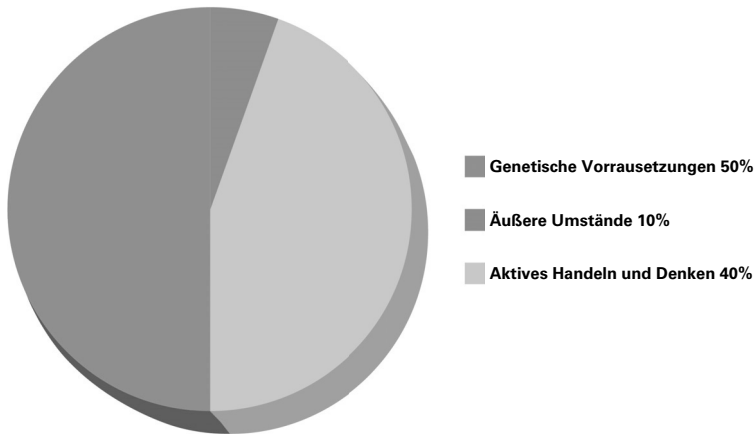


Abbildung 1: Der Glückskuchen auf Basis des Tortendiagramms von Lyubomirsky

In einer weiteren, sehr umfassenden Studie hat die Forscherin Sonja Lyubomirsky die Unterschiede des Glücksempfindens einer sehr großen Personengruppe untersucht. Dabei hat sie das sogenannte Tortendiagramm veröffentlicht (siehe auch Abbildung 1 »Der Glückskuchen«).

Die Forschungsergebnisse von Lyubomirsky zeigen, dass ungefähr 50 Prozent unseres Glücksempfindens von unseren Genen abhängen. Weitere 10 Prozent unseres Glücksniveaus sind von unseren äußeren Lebensumständen abhängig und ganze 40 Prozent werden durch unsere alltäglichen Verhaltensmuster, Handlungen und Gedanken beeinflusst. Und obwohl dies durchschnittliche Werte aus der untersuchten Personengruppe sind, wird deutlich: Hier liegt ein enormes Potenzial zur Steigerung unseres persönlichen Glücks. Die gute Nachricht ist: Durchschnittliche 40 Prozent Anstieg unseres Glücksniveaus haben wir durch aktives Gestalten selbst in der Hand!

Martin Seligman hat diese Erkenntnisse mit seiner Glücksformel folgendermaßen definiert:

$$G = V + L + W$$

G steht dabei für das aktuelle Glücksniveau. V für die vererbte Bandbreite, also den eigenen Glücksfixpunkt. L für die äußeren Lebensumstände und W für das willentlich beeinflussbare Verhalten.

Fazit aus der Happiness Twin Studie, dem Tortendigramm und der Glücksformel:



Ziel ist es, Ihr subjektives Wohlbefinden durch aktives Glückstraining über Ihre Grundveranlagung hinaus zu steigern und dann dauerhaft erhöht zu halten.

Das eigene Glücksniveau dauerhaft zu steigern, wie funktioniert das praktisch?

Das gelingt, in dem Sie die Zahl Ihrer positiven Gefühle und Gedanken deutlich vergrößern und diese bewusst erleben und genießen.

Happy Sales bietet Ihnen ausgezeichnete Möglichkeiten, wie Sie die wissenschaftlichen Erkenntnisse aus der aktuellen Glücksforschung für sich nutzen können, um nachhaltig in Ihrer Verkäuferrolle und darüber hinaus glücklich zu werden. Dazu gilt es zunächst Ihr jetziges Glückslevel zu bestimmen.

Wie messe ich mein Glück?

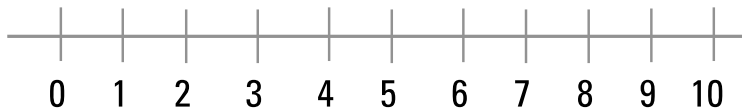
Die Glücksforschung ist oft auf die subjektive Einschätzung der Menschen angewiesen. Martin Seligman verwendet für diese persönliche Einschätzung den sogenannten »Fordyce Emotionsfragebogen«, wie er ihn auch in seinem Buch *Der Glücks-Faktor* beschreibt und wie Sie ihn auch online unter <https://www.authentic happiness.sas.upenn.edu/de/testcenter> finden. Natürlich kommt es vor, dass Menschen bei der sub-

jektiven Einschätzung mit unterschiedlichem Maß messen, aber das ist hier nicht entscheidend. Entscheidend ist, dass Sie sich darüber bewusst werden, wie glücklich Sie sich momentan fühlen. Sie können das für sich beantworten, indem Sie sich auf Ihren umfassenden, persönlichen Glückszustand konzentrieren oder sich auf Ihren beruflichen Kontext, zum Beispiel als Verkäufer oder Unternehmer, fokussieren.



Übung:

Auf einer Skala von 0 bis 10, wobei 0 der niedrigste Wert und 10 der höchste Wert ist, wie glücklich fühlen Sie sich gerade?



Beschreibung der Skala:

- 0 Sie fühlen sich momentan extrem unglücklich, leicht depressiv
- 3 Sie fühlen sich etwas unglücklich
- 5 neutral: Sie fühlen sich weder gut noch schlecht
- 7 etwas glücklich: einigermaßen glücklich und fröhlich
- 10 extrem glücklich: Sie fühlen sich fantastisch, schon fast euphorisch

Diese Bewertung des eigenen Glückszustandes ist immer eine Momentaufnahme. Wenn Sie mit diesem Buch arbeiten, empfehle ich Ihnen, diese Bewertung in regelmäßigen Abständen vorzunehmen.

Haben Sie Ihren momentanen Glückszustand auf der Skala markiert?

Was halten Sie dann davon nachstehende Fragen für sich zu beantworten?

Was macht Sie besonders glücklich?

- Generell?

- In Ihrer Verkäuferrolle?

Wenn Sie Ihren Wert auf der Skala steigern möchten:

Was hat Sie in der Vergangenheit glücklich gemacht und was möchten Sie wieder mehr erleben und tun? Denken Sie dabei gerne an beide Glückskomponente – dem Werteglück und dem Wohlfühlglück!

Und auf die Zukunft gerichtet: Was soll Ihr zukünftiges Glück noch vervollständigen?

Anmerkung zur subjektiven Glückseinschätzung:

Der Wissenschaftler Daniel Gilbert schreibt im April 2012 in seinem Artikel »Glücklich im Job« im *Harvard Business Manager*: »Man kann einen Menschen fragen »Wie glücklich bist Du gerade?« und ihn das Ausmaß seines Glücks anhand einer Skala bewerten lassen. Man kann die Durchblutung des Gehirns mit der

Magnetresonanztomografie oder die Aktivität der Lachmuskeln im Gesicht mit Hilfe der Elektromyografie messen. In den meisten Fällen korrelieren diese Messergebnisse sehr stark miteinander.«

Warum also zu so komplizierten Messmethoden greifen, wenn es einfach auch geht ☺.

Eine alternative Bewertungsskala zur Fordyce Skala hat Ed Diener entwickelt. Er nennt sie »Lebenszufriedenheits-Skala« (»Satisfaction with Life Scale«, SWLS). Sie können den Test auf Deutsch online machen, unter: http://bildungswissenschaften.uni-saarland.de/personal/jacobs/diagnostik/tests/free/swls_deutsche_normen.php.

Oder, da er wirklich nur kurz und übersichtlich ist, gleich hier in Ihrem *Happy-Sales*-Buch:

Im Folgenden sind fünf Feststellungen, denen Sie vielleicht zustimmen oder die Sie ablehnen. Benutzen Sie eine der folgenden sieben Beurteilungen und schreiben Sie hinter jede Zeile die entsprechende Zahl.

- 7 Starke Zustimmung
- 6 Zustimmung
- 5 Schwache Zustimmung
- 4 Weder Zustimmung noch Ablehnung
- 3 Schwache Ablehnung
- 2 Ablehnung
- 1 Starke Ablehnung

Die Feststellungen:

1. In den meisten Bereichen verläuft mein Leben nahe an meinen Idealvorstellungen.
2. Meine Lebensbedingungen sind ausgezeichnet.
3. Ich bin zufrieden mit meinem Leben.
4. Bis jetzt habe ich die wichtigen Dinge, die ich haben wollte, bekommen.
5. Wenn ich mein Leben wiederholen könnte, würde ich fast nichts anders machen.

Auswertung:

Hier ist die Auswertung des Fragebogens »Lebenszufriedenheit« von Ed Diener:

Zählen Sie alle Punkte zusammen und finden Sie heraus, an welcher Stelle der Lebenszufriedenheitsskala Sie stehen.

Summe aller Punkte	Lebenszufriedenheit
35–31	Extrem zufrieden
30–26	Zufrieden
25–21	Etwas zufrieden
20	Neutral
19–15	Etwas unzufrieden
14–10	Unzufrieden
9–5	Extrem unzufrieden

Vom Homo oeconomicus zum Homo happycus

Ich habe das Glück, seit nun mehr vielen Jahren eine ganz besondere Freundin, Unternehmerin und Verkäuferin zu kennen. Sie hat mich ganz maßgeblich zu diesem Buch und zur Happy-Sales-Philosophie inspiriert.

Persönliche Glücksdefinitionen gibt es so viele, wie Menschen auf dieser Erde. Deshalb unterstützt Eva-Imana Meier als Glücks-Scout Menschen dabei, ihren persönlichen Weg zum Glück zu definieren und zu verfolgen. Hauptberuflich leitet die diplomierte Betriebswirtin sehr erfolgreich eine mittelständische Versicherungsagentur, in der sie zusammen mit ihrem Team eine ganz spezielle Verkaufsphilosophie und Unternehmensstrategie tagtäglich gewinnbringend umsetzt. Eva-Imana berichtet über Ihren persönlichen Erfolgsweg:

»Meine jahrelange Erfahrung als Unternehmerin und Vertriebsprofi hat mir gezeigt, dass wir immer emotionale Wesen sind und zwar gerade auch im Wirtschaftsleben. Das Bild vom ›Homo

oeconomicus, der nur auf seinen wirtschaftlichen Vorteil abzielt, ist nicht länger haltbar. Was heute angesagt ist, ist der ›Homo happycus‹, der glückliche Mensch und Verkäufer!

Unsere Entscheidungen und Handlungen werden zu einem Großteil von unseren Gefühlen bestimmt. Wenn ich meine Kunden berate, liegt meine ganze Aufmerksamkeit darin, deren echte Bedürfnisse herauszufiltern und ihnen die bestmögliche Lösung anzubieten. Das kann durchaus auch dazu führen, dass das Ergebnis einer Beratung keinen Abschluss bedeutet, sondern gegebenenfalls sogar eine Reduzierung bestehender Verträge. Meine Kunden schenken mir durch diese Vorgehensweise ihr volles Vertrauen und schätzen mein ehrliches Wohlwollen ihnen gegenüber. Sie belohnen mich durch Treue und decken ihren Versicherungsbedarf in jedem Fall über mich ab. Darüber hinaus empfehlen mich meine Kunden aus Überzeugung an ihre Verwandten, Freunde, Arbeitskollegen und Bekannten weiter.

Ich berate kompetent, herzlich und heiter und bringe so das Thema Versicherungen auf sehr entspannte und angenehme Weise rüber. Ich liefere mit meiner Leistung Schutz und Vorsorge und vermittele positive Gefühle, wie Sicherheit, Vertrauen und Vorfreude auf die Zukunft.«

Ich bringe Eva-Imana Meiers Philosophie einfach mal so auf den Punkt:

»Glückliche Verkäuferin – glückliche Kunden«, und genau darum geht es beim Homo happicus und, wie Sie bereits am Anfang des Kapitels gelesen haben, bei *Happy Sales*.

So werden Sie als Verkäufer zum Homo happycus!

Da wir gerade bei ganz wesentlichen Erkenntnissen sind, möchte ich Ihnen auch gleich das PERMA-Modell von Martin Seligman vorstellen – für mich eine der wichtigen Quintessenzen der Positiven Psychologie.

Ins Deutsche übersetzt steht P für positive Emotionen oder Gefühle. Selbstverständlich ist eine positive Grundhaltung für einen Verkäufer absolut erfolgsentscheidend.

Im Verkauf hilft es ganz klar ein Optimist zu sein. Was es mit den positiven Emotionen auf sich hat und wie man diese öfter und bewusster erleben kann, ergründen wir gemeinsam in den folgenden Kapiteln drei und sieben.

E steht für Engagement und ich verstehe darunter die eigenen Stärken zu kennen und im Verkauf einzusetzen. In der Positiven Psychologie spricht man von den »Signatur-Stärken«. Diese zu kennen und im Verkauf einzusetzen ist ein wichtiger Bestandteil von *Happy Sales!* Mehr dazu in Kapitel fünf.

R ist gleich »Relations«, übersetzt Beziehungen. Menschen, die in einem stabilen sozialen Gefüge leben und über ein gutes Netzwerk verfügen sind nachweislich glücklicher, gesünder und produktiver. Für uns im Verkauf kann eine gute, partnerschaftliche Beziehung zu unseren Kunden zu einer Quelle der Freude werden.

M steht für Meaning, also Sinn und Bedeutung. Es geht darum, den Sinn in seiner Verkäufertätigkeit zu erkennen und zu erleben. Und es bedeutet, das Interesse des Kunden mit dem Eigeninteresse zu verbinden, also eine Win-win-Situation herzustellen.

Wir werden uns ausführlich im Kapitel zwei mit Ihren Werten im Verkauf beschäftigen.

A ist gleich »Accomplishment« und heißt frei übersetzt etwas erreichen, sich erfolgreich und selbstwirksam zu erleben. Gerade die Einschätzung selbstwirksam zu agieren ist für Verkäufer und Unternehmer gleichermaßen überlebensnotwendig. Gerade in Zeiten mit wenig Verkaufsabschlüssen und Aufträgen ist es wichtig auch die Stufen zum Geschäftsabschluss zu sehen und uns unsere Teilerfolge täglich vor Augen zu führen. Was Erfolg

im Verkauf eigentlich bedeutet und ob es neben dem monetären auch einen nicht-monetären Erfolg gibt, das beschäftigt uns in Kapitel vier. Wie wir uns auch während verkäuferischer Durststrecken motiviert halten, erfahren wir am Ende des Buches, in Kapitel 15.

PERMA heißt im Übrigen nicht nur wegen der fünf Buchstaben so, sondern auch weil es eine Anspielung auf permanentes Wohlbefinden sein soll, meint Daniela Blickhan in ihrem Handbuch der Positiven Psychologie.

Abschließend kann ich sagen, dass PERMA für mich wie ein Executive Summary der Positiven Psychologie ist und damit auch eine effektive Kurzzusammenfassung für Glück im Verkauf.

Wenn Sie Ihre PERMA-Werte testen wollen, dann empfehle ich Ihnen den relativ neuen Perma Profiler. Die durch das Institut für Positive Psychologie und Mental Coaching 2015 validierte deutsche Version finden Sie hier: <http://www.ippm.at/perma-profiler/>.

Der Verkäuferberuf – Job, Karriere oder Berufung?

Betrachten Sie Ihren Beruf als Job um Geld zu verdienen, als Zwischenstufe auf der Karriereleiter oder als Ihre Mission, Ihre Berufung? Die drei Einstellungen:

- Job: »Ich arbeite, um Geld zu verdienen!«,
- Karriere: »Ich will vorankommen und etwas erreichen!«,
- Berufung: »Durch meine Arbeit leiste ich einen wertvollen Beitrag!«

basieren auf Forschungen der Yale University. Höchstwahrscheinlich ist für Sie Ihr Verkäuferberuf eine gute Mischung aus allen drei Elementen, oder? Das ist auch durchaus okay so. Wenn wir allerdings unser Glücksempfinden steigern wollen, dann gilt es den »gefühlten Anteil der Berufung« stetig zu erhöhen. Denn

die Einstellung, dass wir mit unserer Arbeit Positives bewirken, lässt uns täglich engagierter agieren und motivierter verkaufen. Es geht also um die innere Haltung, mit der wir unsere Arbeit machen. Deshalb ist es an der Zeit zu beweisen, dass der Verkäuferberuf das Zeug zum Traumberuf hat!

Die schönen Seiten des Verkäuferberufs

Der Beruf des Verkäufers ist überaus sinnvoll. Gerade im digitalen Informationszeitalter erfüllt der Verkäufer für viele Kunden eine extrem wichtige Funktion: Der Verkäufer fungiert als Guide im Angebotsdschungel, als Komplexitätsreduzierer. Wie ein Pfandfinder hilft er dem Kunden im Dickicht der Informationen dabei, die für sich richtige Kaufentscheidung zu treffen. Immer vorausgesetzt, der Verkäufer hat nicht nur sein eigenes Wohl, sondern auch das des Kunden im Fokus.

Damit wären wir auch schon beim nächsten Grund: Der Beruf des Verkäufers ist deutlich besser als sein Image. Dem Verkaufen haftet ja oft der negative Beigeschmack des Überredens und Übervorteilens an. Gerade wenn Sie als Verkäufer partnerschaftlich verkaufen, dann können Sie jeden Tag etwas Gutes für sich und für Ihre Kunden tun, und verbessern ganz nebenbei das Image des Verkaufens.

Ich kenne kaum einen Beruf, der so viele positive Seiten aufweist, wie der des Verkäufers und damit eine gute Möglichkeit darstellt, dauerhaft glücklich zu werden. Glauben Sie nicht?

Dann lassen Sie sich von den nachstehenden positiven Aspekten überzeugen:

A. Erfolg & Anerkennung:

- Als Verkäufer bekommen Sie unverzügliche Rückmeldung bezüglich Erfolg oder Misserfolg, wobei es wichtig ist, nicht nur den Verkaufsabschluss als Erfolg zu betrachten und alles

andere als Misserfolg. Das meint auch Martin Seligman mit seinem »A« in PERMA.

- Sie erfahren Wertschätzung durch Ihre Kunden, wenn diese mit dem von Ihnen gekauften Produkt oder der gekauften Dienstleistung zufrieden sind. Das schlägt sich auch in positiven Online-Bewertungen und Weiterempfehlungen nieder.
- Als Verkäufer oder aktiv verkaufender Unternehmer werden Sie insgeheim von vielen Menschen ob Ihrer Verkaufsfähigkeit bewundert. Menschen schätzen Ihren Mut, Ihr Selbstbewusstsein und Ihre Zielstrebigkeit – Sie sind wie ein Action-Held in der modernen Businesswelt und dienen Ihrem Umfeld als Vorbild!

B. Wohlstand & Fülle:

- Da ist zunächst einmal der materielle Wohlstand: Eine Tätigkeit im Vertrieb gibt Ihnen die Möglichkeit überdurchschnittlich gut zu verdienen. Außerdem kommen Sie im Außendienst meist in den Vorzug eines Firmenwagens, eines Laptops, Smartphones und weiteren Vergünstigungen.
- Durch den variablen Anteil Ihres Gehalts oder durch die Höhe der Provision steuern Sie selbst, wie viel Aufwand Sie betreiben und wie viel Sie verdienen wollen. Sie können sogar Ihr Engagement über den Jahresverlauf hinweg verändern.
- Während guter Zeiten können Sie sich ein Polster zulegen, um in konjunkturschwachen Monaten und Jahren nicht auf Ihren unmittelbaren Verdienst angewiesen zu sein. So sichern Sie sich Ihren Lebensstandard und Ihre Sorgenfreiheit. Sie sehen, Sie haben eine Fülle an Möglichkeiten, Ihren materiellen Wohlstand selbst zu bestimmen und auszukosten. Nicht minder glücklich macht der immaterielle Wohlstand, der sich in den anderen schönen Seiten des Verkäuferlebens zeigt.

C. Abwechslung & Entwicklung:

Die Schweizer Hirnliga schreibt auf ihrer Internetseite www.hirnliga.ch: »Vielfalt im Leben hat den nachweisbar stärksten

Einfluss auf unser Wohlbefinden – weit mehr als jeder äußere Umstand wie Geld, Status oder Annehmlichkeiten.«

- Als Verkäufer werden Sie tagtäglich mit unterschiedlichen Situationen und Menschen konfrontiert. Es wird Ihnen nur selten langweilig werden.
- Sie können kreativ sein. Ja, Sie sollten sogar kreativ und findig sein. Wie würden Sie sich sonst von vorgefertigten, automatisierten Angeboten aus dem Internet abgrenzen und immer neue Lösungen für Ihre Kunden finden. Seien Sie stolz auf Ihre Empathie, Ihre Intuition und die damit zusammenhängende Kreativität!
- Ihr Beruf bietet Ihnen stetig neue Chancen, sich weiter zu entwickeln. Nirgendwo gibt es so viele Perspektiven und Karrierechancen wie im Verkauf.

D. Beziehungen & Kontakte:

- Sie pflegen gute Beziehungen zu Ihren Kunden und Interessenten. Oft entwickeln sich hieraus echte und gute Partnerschaften. Übrigens hier gilt das Resonanzprinzip: Auf die Dauer bekommen Sie die Kunden, die Sie sich wünschen.
- Zwischenmenschliche Kontakte sind ein menschliches Grundbedürfnis. Wenn Sie sich als Verkäufer nicht zu sehr in Administration und Controlling vertiefen, ist dieses Grundbedürfnis schon mal definitiv erfüllt.
- Als Verkäufer sind Sie immer auch Netzwerker. Ein gutes Netzwerk funktioniert durch Geben und Nehmen. Beides macht Freude und Freunde. Zwei wichtige Zutaten für Ihr persönliches Glück.

E. Unabhängigkeit & Selbstbestimmtheit

- Wenn Ihr Produkt stimmt und Sie nicht allzu sehr auf die Zuarbeit von Lieferanten, Entwicklern und Technikern angewiesen sind, dann sind Sie für einen Großteil Ihres Erfolges selbstverantwortlich. Das ist grundsätzlich einmal sehr positiv.

- Sie steuern selbst, wann Sie welche Kunden besuchen, wann und wie Sie reisen und wann und wie Sie Ihre Vor- und Nacharbeit machen. Sie sind Herr über Ihre eigene Zeit.
- Sie sind in und mit Ihrem Beruf unabhängig. Als Verkäufer können Sie das Unternehmen und die Branche, ja sogar das Land wechseln. Der Verkäuferberuf ist zukunftssicher und bietet Ihnen eine Vielzahl an Möglichkeiten und zwar gerade auch im Zeitalter der Digitalisierung. Sie sind kein angestellter Vertriebsmitarbeiter, sondern selbständiger Unternehmer? Dann gilt dieser Punkt umso mehr für Sie: über das aktive Verkaufen sichern Sie sich Unabhängigkeit von einzelnen Großkunden und Markttrends. Mehr dazu im nächsten Kapitel!

F. Sinn & Erfüllung

- Sind Sie ein werteorientierter, ehrbarer Verkäufer? Darunter verstehe ich den fairen Umgang mit Ihren Kunden und den Wunsch Ihrem Kunden nützlich zu sein. Wenn Sie dazu aus voller Überzeugung »Ja« sagen, dann haben Sie einen der schönsten Berufe der Welt, denn Sie können tagtäglich anderen Menschen helfen und echten Sinn stiften.
- Im Verkauf benötigen Sie die unterschiedlichsten Stärken und können diese nutzbringend einsetzen. Ihrer freien Entfaltung und geistigen Weiterentwicklung steht also nichts im Wege.
- Sich selbst und anderen Gutes tun, sorgt für seelisches Gleichgewicht und eine positive geistige Grundhaltung. Wenn Sie sich dessen bewusst sind, können Sie praktisch nicht anders, als glücklich zu sein.



Wie stark treffen die positiven Seiten des Verkäuferberufs auf Sie zu?

Ob die Rolle des Verkäufers auch Ihre Traumrolle ist, hängt davon ab, wie sehr Sie sich der positiven Seiten dieser Profession

bewusst sind und wie stark Sie sie tagtäglich leben und erleben. Die nachstehenden Fragen helfen Ihnen dabei herauszufinden, wie stark der »Berufungsanteil« in Ihrer Arbeit ausgeprägt ist:

Welche positiven Seiten des Verkäuferberufs sehe ich?

Welche treffen besonders stark auf mich zu?

Welche sind für mich eher weniger relevant?

Welche will ich wieder stärker ausleben und wie kann das praktisch funktionieren?

Wenn Sie wollen, können Sie mit nachstehender Tabelle eine Ist-Analyse bzgl. der Glücksfelder machen und einen Maßnahmenplan für sich entwickeln. Außerdem gibt es noch Platz in den letzten beiden Spalten für persönliche Ergänzungen, wenn Sie noch mehr schöne Seiten des Verkaufens für sich entdeckt haben.

Berufsvorteil	Bedeutung für mich?	Momentaner Grad der Erfüllung in Prozent	Maßnahmen (Was mache ich mehr? Was mache ich weniger?)
Erfolg & Anerkennung			
Wohlstand & Fülle			
Abwechslung & Entwicklung			
Beziehung & Kontakte			
Unabhängigkeit & Selbstbestimmtheit			
Sinn & Erfüllung			

Mein Tipp zur Tabelle: Dort wo Sie den niedrigsten Erfüllungsgrad aufweist, dort sollten Sie als Erstes mit Maßnahmen zur Glückssteigerung ansetzen.

Wenn Sie erkennen, dass Sie zu wenig Gestaltungsspielraum bezüglich Ihrer Verkäuferrolle haben, dann besteht unter Umständen – je nach persönlichem Leidensdruck – die Notwendigkeit eine größere Veränderung vorzunehmen.

Vielleicht stellen Sie auch fest, dass die dargestellten schönen Seiten des Verkaufs Sie als Person zu wenig ansprechen oder Sie

gar nicht damit übereinstimmen. Dann kann das ein Indiz dafür sein, dass der Verkäuferberuf oder die Verkäuferrolle nicht zu Ihnen passt. Das wäre zwar kein so schönes Ergebnis dieser Selbstreflektion, aber dennoch eine sehr wichtige Erkenntnis für Sie und Ihr eudaimonisches Glück.

Fazit:

Für mich liegt es definitiv in der Veranlagung und Verantwortung eines jeden Verkäufers, ob er oder sie dauerhaft glücklich ist. Glück ist Einstellungsache und eine Frage des Trainings. Die Investition in Ihr Glück lohnt sich in jedem Fall menschlich und wirtschaftlich. Sie können also nur gewinnen und Ihr Glückslevel anheben, also verkaufen Sie sich glücklich!



