

A middle-aged man with short grey hair and glasses, wearing a grey suit, white shirt, and patterned tie, is smiling and holding a large green sign. The background is a bright, modern office interior with large windows and a staircase.

Champions

Interview mit Tim Taxis, Experte für Geschäftskunden-Akquisition

CAREERS LOUNGE Champions

Interview mit Tim Taxis – Experte für Geschäftskunden-Akquisition

Tim Taxis ist Vertriebsexperte, Dozent an der ESB Business School der Hochschule Reutlingen, Buchautor, professioneller Speaker und zählt zu den gefragtesten Vertriebstrainern im deutschsprachigen Raum.

Seine Fokusthemen sind zwei erfolgsentscheidenden Vertriebsphasen im Business-to-Business-Umfeld gewidmet: der Kaltakquise und der Preisverhandlung. Renommierete Unternehmen aller Branchen vertrauen ihm – und steigern mit Hilfe seiner Vorträge und Trainings ihre Vertriebsperformance deutlich.



CAREERS LOUNGE: Herr Taxis, Sie schreiben eine großartige Erfolgsgeschichte mit Ihren Vertriebstrainings. Was hat sich in den letzten Jahren entscheidend im Vertrieb verändert? Wie wirkt sich die digitale Welt auf den Vertrieb aus?

Tim Taxis: Wenn wir von der Neukundengewinnung im Vertrieb sprechen, ist die Grundsituation dieselbe geblieben: Viele Menschen haben immer noch Angst vor der Kaltakquise, weil sie immer noch den Irrglauben haben, dass der Griff zum Hörer nichts bringt.

Veränderungen zeigen sich auf den meisten Märkten im B2B-Umfeld: Der Wettbewerbsdruck nimmt zu, die Preise erodieren, die Kunden sind anspruchsvoller und es gibt eine Reizüberflutung durch eingehende Informationen. Dadurch wird es immer anspruchsvoller, mit Menschen am Telefon zu sprechen und qualifizierte Termine zu vereinbaren.

Social Media eignen sich nur bedingt für die Akquise. Sie helfen bei der Recherche, indem sie konkrete Informationen zum Zielkunden wie den Namen und die Interessen des Entscheiders zur Verfügung stellen. Trotzdem kommen Sie nicht umhin, früher oder später zum Hörer zu greifen.

Was ist Ihr ultimativer Tipp an die Vertriebsleute zum Thema „Kaltakquise“? Können Sie uns einen echten Praxistipp verraten?

Machen Sie es erfrischend anders als alle anderen! Das gilt sowohl für Ihre Haltung als auch für das, was Sie tun, sei es eine Mail über XING oder ein Anruf.

Tipp: „Klick-Surr“ Effekt vermeiden!

Wir alle haben Muster in der Kommunikation und im Verhalten. Eine Nachricht beginnt beispielsweise für gewöhnlich mit den Worten: „Sehr geehrter Herr Name, wir sind ein führendes Unternehmen im Bereich XY und haben eine neue Lösung, die für Sie interessant sein könnte.“ So würde es jeder schreiben.

Ich nenne das „Klick-Surr-Effekt“. Indem wir Anschreiben nach Schema F verfassen, machen wir „Klick“ auf den Wahrnehmungsknopf des Kunden. Der Kunde erkennt die Mail sofort als Akquise und wir lösen ein Verhalten bei ihm aus – und „Surr“ kommt die Ablehnung. Wir provozieren also geradezu die Ablehnung.

Tipp von Tim Taxis: Gestalten Sie Ihre Kommunikation erfrischend anders! Heben Sie sich in Art und Inhalt deutlich ab. Dann öffnet sich Ihr Gegenüber.

Das Gleiche gilt am Telefon. Wenn Sie sich melden: „Guten Tag, Maier mein Name von der Firma XY, wir sind Anbieter von...“ Dann macht es beim anderen automatisch „Klick-Surr“ und schon kommt seine Ablehnung. Der Empfänger hat keine Lust, so ein Gespräch zu führen, aufgrund der Tatsache „wie“ es ihn erreicht.

Mein Tipp: Machen Sie es erfrischend anders! Heben Sie sich in Art und Inhalt deutlich ab. Dann kommt es wie selbstverständlich zum Austausch. Dann öffnet sich Ihr Gegenüber!

Was sind die größten Herausforderungen, die in den nächsten Jahren beruflich auf uns zukommen werden – aus der Sicht des Vertriebs?

Die Unternehmen werden den Vertriebsorganisationen und einzelnen Mitarbeitern weiter jedes Jahr neue und höhere Vertriebsziele vorgeben. Es ist heute schon schwer, die Vorgaben zu erreichen. Die Herausforderung wird darin bestehen, dass die Unternehmen von den Einzelnen noch mehr Beitrag, d. h. mehr Kunden, mehr Umsatz, mehr Gewinn pro Auftrag verlangen. Gleichzeitig nimmt der Wettbewerbsdruck in den meisten Branchen zu.

Deshalb ist es so wichtig, dass wir nicht immer mehr vom Selben machen. Wenn Sie letztes Jahr 100 Prozent erreicht haben, dann müssen Sie dieses Jahr 120 Prozent erreichen und im nächsten Jahr vielleicht sogar 125 Prozent. Wenn Sie immer nur mehr vom Selben tun, dann werden Sie irgendwann Ihre Ziele nicht mehr erreichen oder einen Burnout haben. Wir alle müssen nach Wegen suchen, die Dinge anders zu machen, um mit weniger Aufwand mehr zu erreichen. Wir müssen wirklich flexibel sein. Und nicht darauf vertrauen, dass das, was gestern oder vor einem Jahr noch funktioniert hat, mich auf die gleiche Weise dieses oder nächstes Jahr noch weiterbringt. Dazu gehört auch, dass wir aus eigener Initiative sehr viel schneller, sehr viel mehr lernen müssen.

Welche drei Bücher sollten erfolgreiche Persönlichkeiten unbedingt lesen?

1. Ich empfehle mein Buch: „Heiß auf Kaltakquise – So vervielfachen Sie Ihre Erfolgsquote am Telefon“ für all diejenigen, die aus eigener Kraft neue Kunden akquirieren möchten. Es gilt als Standardwerk und ist nicht nur ein Sachbuch, sondern beschreibt in vielen Beispielen, wie Sie in der Kaltakquise zum Ziel kommen.
2. Zum Stichwort „Strategic Selling“ empfehle ich diese Bücher in englischer Sprache: „The new strategic selling“ von Robert B. Miller, Stephen E. Heiman und Tad Tuleja. Oder „The new solution selling“ von Keith M. Eades.
3. Stephan Heinrich „Verkaufen an Topentscheider“. Sein Anspruch ist, das vorhandene Wissen zu sammeln und in Buchform zu verlegen.

Was tun Sie selbst für Ihre persönliche Weiterbildung?

Ich habe deutlich über 20 Weiterbildungstage pro Jahr. Denn alles, was ich propagiere, will ich auch selber tun. Ich habe zudem zwei Coaches, jeweils für die Themen Persönlichkeit und Performance. Und ich besuche Seminare und Trainings, auch bei Kollegen. Als Tipp empfehle ich Webinare und Hörbücher, weil man sich durch Hörbücher gerade auch beim Fahren unterwegs gut weiterbilden kann.

Sie selbst sind ja eine höchst erfolgreiche Persönlichkeit. Was ist Ihre persönliche Definition von Erfolg?

Erfolg bedeutet für mich glücklich zu sein. Das Berufliche ist nur ein kleiner Teil des Erfolges für mich. Der Beruf darf mir Freude bereiten, mich erfüllen und meine Rechnungen bezahlen. Meinen Selbstwert und mein Glücksempfinden leite ich davon nicht ab. Wenn ich mich von äußeren Dingen abhängig mache, um mich gut oder erfolgreich zu fühlen, dann ist das vergänglich. Ich habe ein anderes Weltbild: Erfolg empfinde ich dann, wenn in mir Freude ist und wenn ich glücklich bin.

Haben Sie einen Masterplan für Ihren Erfolg?

Der Schlüssel zu allem ist, anzunehmen was ist. Wenn jemand zum Beispiel Wut in sich trägt, sollte er diese ganz bei sich lassen, sie spüren und liebevoll annehmen. Dann ist die Wut nach einer Minute oder nach zwei Stunden vergangen. Und er ist innerlich wieder leer und ruhig, weil die Energie, die für die Wut verbraucht wurde, wieder zurückkehrt. So wird neue Energie freigesetzt, der Kopf wird klar. Und auf einmal geht es vielleicht wieder leichter.

Verraten Sie uns, ob Sie tägliche Routinen haben, die zu Ihrem Erfolg beitragen?

Ich meditiere jeden Morgen. Das heißt einfach, in die Stille zu gehen. Die Gedanken zu beruhigen. So wie Sie Ihrem Körper Nahrung geben, geben Sie Ihrem Geist und Ihrer Seele Nahrung. Auf diese Weise gut genährt und gestärkt, gehen Sie ganz anders durch den Tag.

Sie kennen ja das Sprichwort: Das war der letzte Tropfen, der das Fass zum Überlaufen brachte. Wer nie innerlich Inventur macht, dessen Fass ist immer voll. Kommt dann noch eine Kleinigkeit hinzu, läuft das Fass über. Sie müssen selber aktiv dafür sorgen, dass das Fass immer leerer wird. Dann hat es auch ein großes Fassungsvermögen.

Falls Sie einmal einen Misserfolg erleben, wie gehen Sie damit um?

Ich nehme das an, was immer sich zeigt. Vielleicht bin ich gerade wütend, diffus oder unruhig. Dann ist es wichtig, das zu spüren und anzunehmen, was im Moment gerade da ist.

Wichtig ist, den Misserfolg nicht zu externalisieren. Wenn Sie Ihre Ziele nicht erreicht haben, liegt es weder am Kunden, noch am Markt, noch an den internen Prozessen und auch nicht am Chef. Tatsächlich liegt die Ursache eines Erfolgs oder Misserfolgs immer in uns. Und damit liegt die Lösungsmöglichkeit auch immer bei uns.

Was inspiriert und motiviert Sie jeden Tag? Oder anders gefragt, wie schaffen Sie es, sich jeden Tag aufs Neue zu motivieren?

Ich schaue, was mir wirklich Freude bereitet. Womit verbringe ich meinen Tag? Was macht mir Spaß? Wo geht mein Herz auf? Was erfüllt mich? Und dann mache ich den Abgleich: Was von dem, was ich tatsächlich mache, trifft es denn? Wenn ich merke, dass mir Dinge keine Freude bereiten, tue ich sie einfach nicht mehr.

Natürlich gibt es auch für mich Dinge, die ich nicht machen möchte, obwohl ich sie tun muss, zum Beispiel meine Steuerunterlagen sortieren. Bei diesen kann ich immerhin die Art verändern, wie ich etwas tue. Ich kann zum Beispiel schöne Musik laufen lassen, wenn ich meine Steuerunterlagen sortiere. So höre ich Musik – und nebenbei sortiere ich ein paar Belege.

Welche Werkzeuge und Methoden nutzen Sie, um eine möglichst hohe Produktivität zu erreichen?

Produktiver im Sinne von immer mehr zu sein, ist für mich selber überhaupt kein Thema. Ich reduziere. Ich bin mein eigener Chef. Ich lebe selbstbestimmt in einer Welt, in der es nicht um schneller, weiter, besser geht. Ich habe für

mich einen ganz anderen Rahmen geschaffen. Ich mache immer mehr nur noch das, was mir wirklich Spaß macht. Ich arbeite jedes Jahr weniger Tage und verdiene trotzdem mehr.

Sie als Trainerpersönlichkeit – besitzen Sie besondere Talente und Voraussetzungen? Welche Eigenart von Ihnen ist zu Ihrem Erfolgsgeheimnis geworden?

Das wüsste ich auch gern (lacht). Grundsätzlich gilt: Erfolg heißt nicht hartes Schuften. Solange man diesen Glaubenssatz allerdings hat, wird es immer so sein. Ich bin der Meinung: Wirklicher Erfolg ist, wenn es einfach geht.

Seit ich im Vertrieb tätig bin, habe ich es immer anders gemacht als die anderen um mich herum. Nicht irgendwie anders! Sondern offensichtlich war da irgendetwas richtig. Vielleicht das Talent, sich nicht allem einfach zu beugen und zu fügen, weil es ja so sei oder weil es ja so geht oder weil es immer schon so war. Und auch bewusst zu reflektieren, was ich tue. Und zu entscheiden, ob ich es beim nächsten Mal wieder so oder anders mache.

Außerdem – gerade im Vertrieb: Lieben Sie die Menschen und die Kommunikation mit ihnen! Die Grundvoraussetzung dazu ist die Selbstliebe. Wenn Sie sich selber nicht mögen, dann werden die Menschen Sie nicht mögen.

Gibt es eine Eigenart oder etwas äußerlich Sichtbares, das Sie als typisch für Sie selbst, als Ihre „Marke ICH“ bezeichnen würden? Haben Sie ein Markenzeichen?

Meine Haare wachsen nicht mehr auf dem Kopf. Deshalb wird es wohl so bleiben, dass ich eine Glatze trage (lacht). Viele sagen, es sei mein Name. Hinzu kommt, sobald ich auf der Bühne bin, geht bei mir irgendwie ein Strahlen an. Wenn ich dort stehe und lächle, dann sagen viele, dass es so ist, als wenn das Licht angeht.



The Final Five

Welches Lebensmotto beschreibt Sie am besten?

Annehmen, was ist.

Wie beginnt für Sie ein erfolgreicher Tag?

Mit Meditation.

Bei der ersten Begegnung: Worauf achten Sie bei einem Menschen zuerst?
Direkt vor der Begegnung achte ich zunächst auf mich selbst. Ob ich überhaupt offen bin, den anderen Menschen wahrzunehmen. Bin ich gerade bei mir? Bin ich mit mir im Reinen? Das tue ich aus Wertschätzung für den anderen, nicht aus Egozentrik. Damit nicht gleich etwas bei mir in Gang gesetzt wird, was auf meine Annahmen trifft.

Verraten Sie uns, auf welchen Gebrauchsgegenstand Sie nicht mehr verzichten möchten?

Auf meine Kleidung. Denn nackt möchte ich nicht durch die Gegend gehen.

Welches Geschenk sollte man Ihnen niemals machen?
Bitte überhöhen Sie mich nie. Wir sind alle gleich. Ich kann noch so sehr der Vertriebsexperte sein – bitte stellen Sie mich nicht auf einen Sockel.

*Vielen Dank für Ihre interessanten Antworten.
Wir wünschen Ihnen weiter viel Erfolg.*



careers LOUNGE

c/o PERIT Consulting GmbH & Co. KG
Maximilianstraße 2, D-80539 München
Telefon: +49 (0) 89 2 05 00 8570
Telefax: +49 (0) 89 2 05 00 8150
E-Mail: welcome@careerslounge.com

CAREERS LOUNGE ist der Treffpunkt für erfolgreiche und inspirierende Persönlichkeiten. Für Menschen, die in Zukunft noch mehr wissen wollen. Für alle, die neue Wege gehen wollen. Im Leben und im Business. CAREERS LOUNGE bringt hochwertige Informationen, nach Ihren Präferenzen. CAREERS LOUNGE hat die exklusiven Vakanzen, die Sie sonst nirgends finden. CAREERS LOUNGE bietet Ihnen den ehrlichen Dialog mit Ihrem Personal Scout, für Ihren persönlichen Turbo im Beruf. **Besuchen Sie uns auf careerslounge.com und erhalten Sie Zugang in eine neue spannende Welt.**