

Welche Eigenschaften haben die motiviertesten Möbelverkäufer Deutschlands?

Das Verhaltensprofil der Mitglieder des 100 Prozent Clubs

Der 100 Prozent Club für Möbelverkäufer

Vor einem halben Jahr startete der 100% Club für Möbelverkäufer (die Möbelkultur berichtete). Das Coaching-Programm von Thomas Witt für Verkäufer, die bereit waren, ein Jahr hart an sich zu arbeiten. Die Herausforderung war: "Trauen Sie sich zu, mit meiner Hilfe innerhalb eines Jahres Ihren Durchschnitts-Monatsumsatz zu verdoppeln?".

Von geschätzt über 10.000 Möbelverkäufern, die durch die Möbelkultur, den Blog- und Newsletterverteiler von Thomas Witt Consulting und durch ihre Chefs und Kollegen von der Gelegenheit erfuhren, interessierten sich nur 34 für die Gelegenheit, sich ein Jahr lang persönlich coachen zu lassen - und das, obwohl der 100% Club für die Teilnehmer kostenlos ist.

Von den 30 Teilnehmern, die im April starteten, sind nur noch knapp die Hälfte übrig. Die Ansprüche sind hoch. Jeden Tag bekommen die Teilnehmer über eine App neue, kleine Aufgaben und analysieren den Erfolg der neuen Strategien täglich anhand ihrer Verkaufsstatistik (Kontakte, Gespräche, Aufträge, Umsatz). Denn nur, wer systematisch und in kleinen Schritten sein Verhalten ändert, wird auf Dauer erfolgreicher.

Jeden Freitag um 7:00 Uhr morgens werden die Ergebnisse, Erfolge und Herausforderungen bei einer gemeinsamen Telekonferenz ausgetauscht. Die Teilnehmer, die diesen Anforderungen nicht gerecht werden konnten oder wollten, entschieden sich aus freien Stücken zur Aufgabe, bekommen weiter alle Informationen und sind nach wie vor geschätzte Gäste in der gemeinsamen Kommunikations-App und der Telekonferenz.

Dabei ist das Erfolgsprogramm nicht wirklich schwierig: "Viele Möbelverkäufer haben wohl gedacht, dass der 100 Prozent Club sei härtere Arbeit als er wirklich ist. Etwa so, als würde man ohne Werkzeug einen Nagel in die Wand schlagen müssen. Dabei liefert Thomas Witt den Hammer dafür mit und zeigt auch noch, wie man ihn halten sollte. Nur Zuhauen muss man selber.", sagt die Möbelverkäuferin Tatjana Pries von Dodenhof, die schon vor dem Programm als Teilzeitverkäuferin weit über 100.000 Euro Monatsumsatz lag und während des Programms schon 25% gegenüber dem Vorjahreszeitraum zugelegt hat.

Die Ergebnisse zur Halbzeit lassen sich sehen. Alle aktiven Teilnehmer haben ein sattes Umsatzplus. Wohnzimmerverkäufer Markus Kurz hat seinen Umsatz seit Beginn des Programms zwischen 30 und 40% pro Monat gesteigert. "Jetzt, am 20. Oktober, liege ich schon mehr als 50% über dem gesamten Vorjahresmonat.", sagt der Teilnehmer, der seit über 160 Tagen kein abendliches Check-in verpasst hat. Aber auch "weiche" Faktoren sind wichtig. "Klarheit bei meinen Zielen und Methoden.", führt Alexander Eisenmann, Verkäufer bei Polstermöbel Fischer, als wichtigsten persönlichen Fortschritt an.

Was sind das für Verkäufer, die sich ein Jahr lang täglich auf ihren Erfolg konzentrieren? **Welches Persönlichkeitsprofil haben die, die im 100 Prozent Club durchhalten und erfolgreich werden?**

Für jeden Beruf sind bestimmte Fachkenntnisse, Verhaltensmuster, aber auch Grundwerte und die Einstellung für eine optimale Leistung wichtig.

In Kooperation mit dem Scheelen-Institut für Management Diagnostik (<http://www.scheeleninstitut.com/>) haben wir die aktiven Teilnehmer des 100 Prozent Clubs durch eine INSIGHTS (TM) - Verhaltenspotenzialanalyse laufen lassen. Dabei wurden die Verhaltensmuster und die Motivatoren analysiert, nicht das Fachwissen.

Das Profil der 100% Club Teilnehmer haben wir mit dem "Idealprofil" eines Möbelverkäufers verglichen, das wir auf der Basis unserer Erfahrungen in der z.T. jahrelang andauernden Zusammenarbeit mit weit über 3.000 Möbelverkäufern und ihren Führungskräften gesammelt haben. Dabei haben wir in mehr als 100 Unternehmen von der Mitnahme, über das Vollsortiment, Küchenverkauf und Hochwerthäuser alle Ausprägungen des Möbelverkaufs kennengelernt.

Der überwiegende Teil aller Möbelverkäufer verhält sich überall gleich, aber wie sind und wie verhalten sich die Besten der Besten?

Analysiert wurden zwei Bereiche: das Verhalten und die Motivatoren. Die Verhaltenspräferenz eines Menschen bestimmt darüber, *was* er gerne tut und *wie* er es tut. Die Motivatoren geben Auskunft darüber, *warum* ein Mensch etwas tut. Dies ist die Ebene der Grundwerte und Antriebsfaktoren. Das, was man umgangssprachlich auch "Einstellung" nennt.

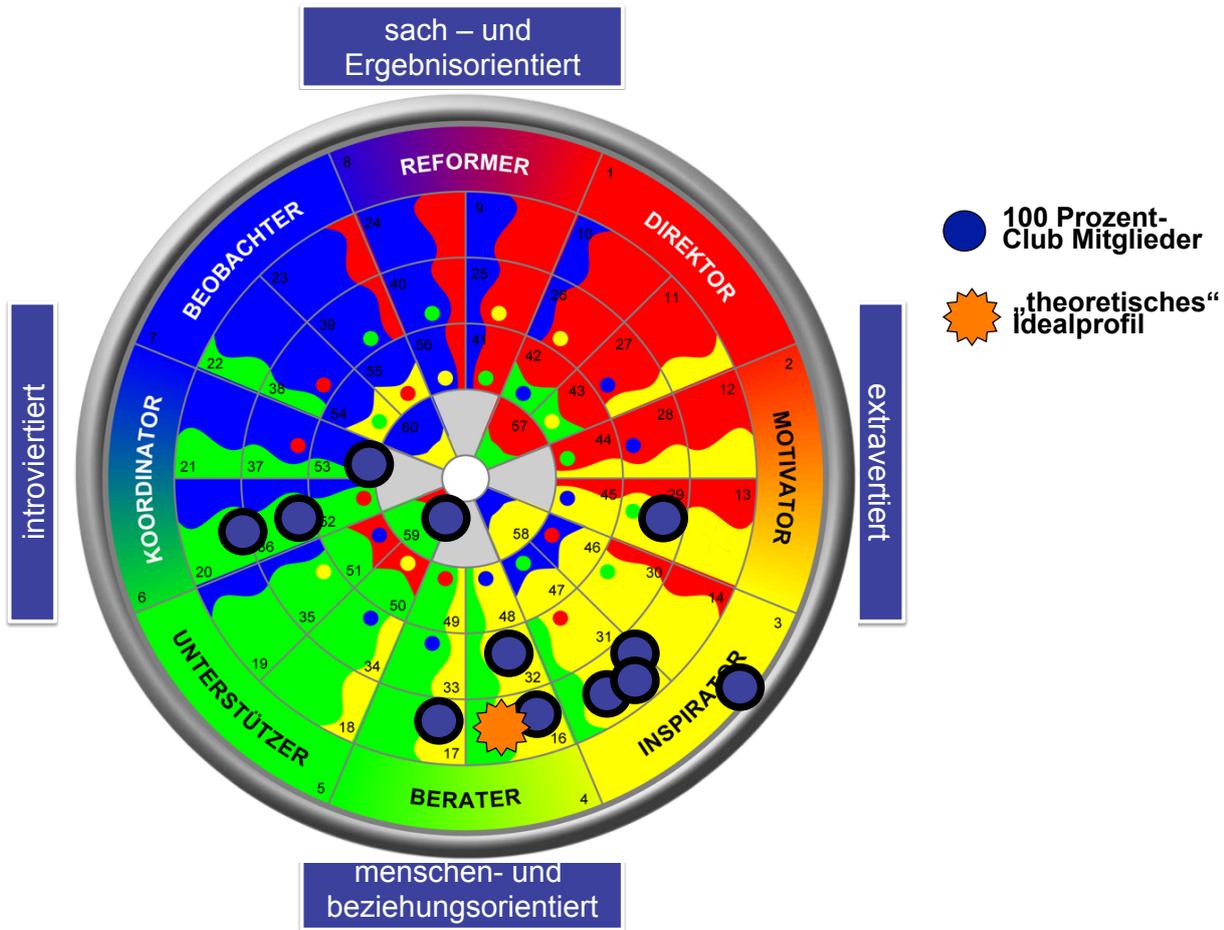
Die Verhaltenspräferenz wird abgebildet auf dem INSIGHTS (TM) - Rad (s. Abbildung). Die vertikale Achse zeigt den Grad der Sach- und zielorientierung (oben) und der Beziehungs- und Menschenorientierung (unten). Auf der horizontalen Achse ist der Grad der Introvertiertheit (links) und Extravertiertheit (rechts) dargestellt.

Damit kann man Verhaltenstypen grob in die vier Quadranten einteilen, denen für einen besseren Erinnerungswert Farben und Berufs-Stereotype zugeordnet sind:

- Rechts oben sind die "**Direktoren**" - extravertierten Denker und Macher (rot). Sie sind ergebnisorientiert und zielstrebig. Was zählt ist der Erfolg und weniger der Mensch.
- Rechts unten die "**Inspiratoren**" - extravertierte "Fühler" (gelb). Kontaktorientiert und flexibel leben sie von und für den Umgang mit anderen Menschen.
- Links unten die "**Unterstützer**" - introvertierte Gefühlsmenschen (grün). Beziehungsorientiert und geduldig verstehen sie es, langfristig stabile Kontakte aufzubauen und Vertrauen zu schaffen.
- Links oben die "**Beobachter/Controller**" - introvertierte Denker (blau). Sie sind qualitätsorientiert, präzise, genau und detailverliebt.

Natürlich verfügen alle Menschen über diese vier Dimensionen, leben sie aber unterschiedlich stark aus.

Das INSIHGTS-Verhaltenstypen-Rad der noch aktiven 100% Club Mitglieder verglichen mit dem "Idealprofil"



Wir sehen, dass die erfolgreichen 100% Club Mitglieder ganz überwiegend in der beziehungs- und menschenorientierten untere Kreishälfte angesiedelt sind. Hier, im Bereich zwischen "Berater" und "Inspirator" liegt auch das "Idealbild" von Thomas Witt Consulting.

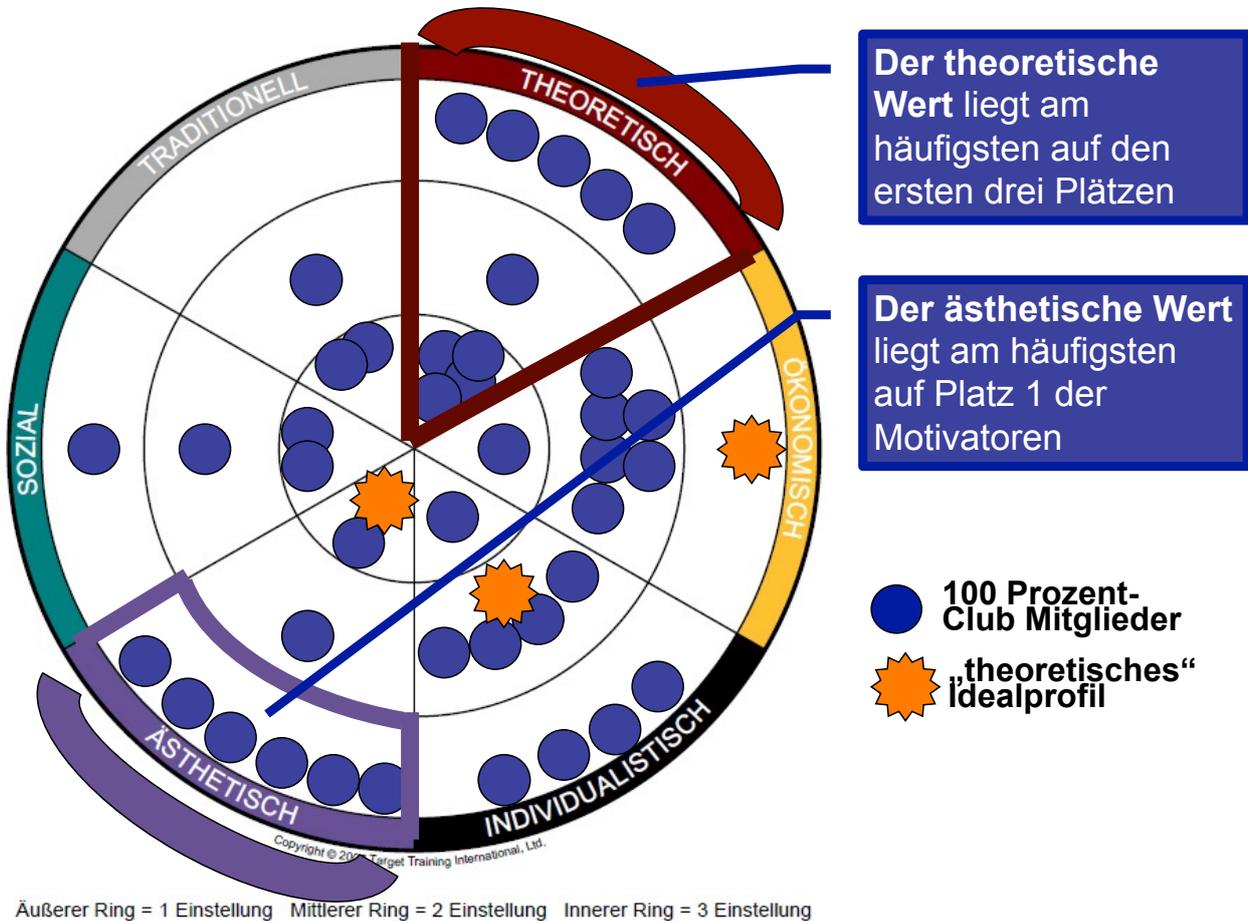
Zum Vergleich: Das knallharte "Umsatzschwein", dessen Aussterben von vielen, vor allem älteren Möbelhausbesitzern betrauert wird, ist ein knallroter "Direktor" - Typ. Das Ergebnis, d.h. der Umsatz, zählt ihm mehr als der Mensch und die Beziehung zu ihm. Die erfolgreichen 100 Prozent Club Mitglieder legen dagegen mehr Wert auf die langfristige Kundenbeziehung als auf den kurzfristigen Umsatzerfolg.

Interessant ist ferner, dass man im Möbelhandel sowohl als eher introvertierter Mensch (linke Hälfte des Kreises), der neue Beziehungen langsam, aber dafür tiefgründig aufbaut, als auch als extravertierter Typ (rechte Kreishälfte), der vor allem im Rampenlicht stehen will, Erfolg haben kann.

Die meisten Möbelhändler, mit denen wir die INSIGHTS-Arbeitsstellenanalyse für ihren "idealen" Verkäufer modelliert haben, suchen einen knallgelben "Inspirator" (und beschwerten sich nachher, dass dieser keinen Spaß an administrativer Nacharbeit, langfristiger Kundenpflege etc. hat).

Die Werte- und Motivatorenebene der 100% Club Mitglieder verglichen mit dem "Idealprofil"

Hier zeigt sich, welche Grundwerte für den Mitarbeiter besonders wichtig sind. Interessant sind dabei die für jeden Menschen wichtigsten 2-3 Motivatoren. Wenn diese in dem Arbeitsumfeld nicht honoriert und geschätzt werden, verliert der Mitarbeiter schnell die Lust an der Arbeit.



Die 100 Prozent Club Mitglieder sind überwiegend am stärksten durch Ästhetik motiviert. Das Bedürfnis nach kreativem Selbstaussdruck und "Schönheit um der Schönheit Willen" ist bei den meisten von ihnen mehr als *doppelt so stark* wie bei der deutschen Normierungsstudie.

Am häufigsten tauchte der **"theoretische" Motivator** auf den Plätzen eins bis drei auf. Menschen mit dieser Ausprägung sind motiviert durch "Wissen um des Wissens willen", interessiert an kontinuierlicher Fortbildung und intellektuellem Wachstum. Vor dem Hintergrund des Clubs, der nur Menschen anzieht, die Lust haben, ein Jahr lang jeden Tag und jede Woche zu lernen und zu wachsen, ist dieses Ergebnis erklärbar. Bei "normalen" Möbelverkäufern, aber auch bei den erfolgreichen, ist der "theoretische" Wert jedoch nach unserer Erfahrung wenig ausgeprägt.

Interessant ist, dass der "ökonomische" Wert bei keinem einzigen der Teilnehmer auf Platz 1 liegt. Das ist ein krasser Gegensatz zum "Idealprofil" des Möbelverkäufers (orange Markierung in der Grafik), das nach der derzeitigen Realität im Möbelhandel (Provisionsverkauf, Motivation überwiegend über Geld) modelliert ist.

Der optimal an sein Umfeld angepasste Möbelverkäufer schätzt Geld, Leistung und Ergebnisse über alles. Die 100 Prozent Club Mitglieder bewerten Ästhetik, Selbstaussdruck und persönliches Wachstum höher als Geld.

Auf Platz zwei liegt beim "Idealverkäufer" der "individualistische" Wert. Er ist durch Leistung, Handlungsfreiheit und Kontrolle über das eigene Schicksal motiviert. Im Möbelhandel kann ein Verkäufer mit guten Umsatz machen, was er will, wie er will und wann er will und damit diesen Motivator voll ausleben.

Unsere 100 Prozent Club Teilnehmer schätzen den "individualistischen" Wert, d.h. ihre eigene Gestaltungsfreiheit, noch mehr als Geld. Die derzeitigen 100 % Club Teilnehmer sind aufgrund dieses Motivationsprofils in Führungspositionen wesentlich besser aufgehoben als im Provisionsverkauf mit wenig Gestaltungsmöglichkeiten, und sie könnten auf die Dauer die Lust verlieren, wenn weiterhin versucht wird, sie rein mit Geld, Regeln und Anweisungen zu führen.

Interessierte Möbelhändler und Führungskräfte können sich hier www.moebelverkaeuferstudie.de (die Seite wird in den nächsten Tagen eingerichtet) das von Thomas Witt Consulting erstellte "Idealprofil" eines Möbelverkäufers sowie die gesamte Studie herunterladen. Außerdem finden sie hier einen Interviewleitfaden, d.h. eine Checkliste mit Fragen, mit deren Hilfe man in Bewerbungsgesprächen die Kandidaten herausfiltern kann, die auf das Anforderungsprofil im Möbelhandel passen.

Möbelverkäufer, die nächstes Jahr am 100 Prozent Club von Thomas Witt Consulting teilnehmen wollen, können hier www.100ProzentClub.de ihr Interesse registrieren.

Wenn Sie wissen möchten, wie Sie Kandidaten mit diesem Verhaltenspotenzial anziehen, auswählen und einarbeiten, melden Sie sich! Gerne führen wir mit Ihnen kostenlos eine 60-minütige Prozessberatung durch. Schicken Sie einfach eine E-Mail an: witt@thomaswittconsulting.de oder rufen Sie an: 06101-9953144.

Thomas Witt