

MIT SIEBEN MUTMACHERN DURCH DIE KRISE

Die spannendste und wichtigste Reise im Leben ist die Reise zu uns selbst. Starten Sie Ihre ganz persönliche Heldenreise und werden Sie zum Helden Ihres Lebens.

Corona hat diese Welt verändert. Die einschneidenden Maßnahmen haben uns erfahren lassen, wie fragil unser gesellschaftliches, soziales, wirtschaftliches und auch vertriebliches (Zusammen-)Leben ist. Und wir erleben die massiven Veränderungen und Unsicherheiten, die sich aus dieser Krise ergeben. Aber wenn wir den Blickwinkel verändern – bei aller Achtsamkeit gegenüber den Gefahren dieser Pandemie – können wir Positives erkennen und uns darauf fokussieren. Im folgenden sieben positive Aspekte der Coronakrise:

1. Der Krise einen Sinn geben

Diese Pandemie gibt uns die Chance zu reflektieren und darüber nachzudenken, was wirklich wichtig ist. Was wollen wir aus der alten Normalität – beruflich und privat – wieder zurück haben und auf was wollen bzw. aus was sollten wir verzichten? Was sollten wir überdenken, ersetzen oder neu erschaffen für eine andere, nachhaltige und damit zukunftsfähige Normalität? Diese Krise gibt uns die Möglichkeit, wieder zur Besinnung zu kommen. Also, raus aus dem Hamsterrad und rein in die Klarheit und Sinnhaftigkeit, denn mehr Sinn ermöglicht auch mehr Gewinn. Mein Tipp: Geben Sie der Krise einen Sinn und stellen Sie öfter die Frage nach dem „Wozu?“. Die Frage nach dem „Wozu?“ beantwortet die Frage nach dem Sinn.

2. Mehr Umsatz mit weniger Aufwand

Was wir bereits gelernt haben und für was wir jeden Tag dankbar sein dürfen, ist wie uns die sozialen Medien und die Online-Kommunikation mit unseren Kunden, Geschäftspartnern, Vorgesetzten, Kollegen und auch unseren Familien, Freunden, in Verbindung bleiben lassen. Viele Kunden sind heutzutage bereit, sich online beraten zu lassen, was vor einem Jahr so nicht vorstellbar war. Eine Key Account Managerin



Roland Löscher: „Nehmen Sie sich jetzt die Zeit, den Wert der eigenen Arbeit zu klären.“

eines Versicherungsunternehmens, welches ich als Berater und Coach begleite, berichtete von deutlichen Umsatzsteigerungen im Vergleich zu 2019. Auf meine Frage, wie sie dies erreicht habe, antwortete sie: „Ich habe mehr Kundentermine! Früher verbrachte ich zwei bis drei Stunden auf der Straße für einen Kundetermin. Heute mache ich das online.“ Das ist ein nahe liegendes und gleichwohl bewährtes Erfolgsrezept im Vertrieb. Mein Tipp: Mehr Termine – mehr Umsatz! Verbinden Sie die bewährten Vertriebstugenden mit den neuen, digitalen Werkzeugen – für mehr Umsatz und weniger Aufwand.

3. Eine neue Vertrauenskultur

Werfen wir einen kurzen Blick auf die Kultur in den Unternehmen. Was hat sich verändert? Nicht nur, dass ich seit langem keine Krawatte mehr in einem Büro gesehen habe, höre ich in den Unternehmen sehr oft die Fragen: „Können wir das nicht online machen?“ Oder: „Muss ich dazu ins Büro kommen?“ Die Beschränkungen durch die Corona-Verordnungen in Verbindung mit der Digitalisierung haben die Arbeit in das Home-Office verlagert. Das Home Office ist zu einem neuen alternativen Arbeitsort geworden – mit allen Vor- und Nachteilen. Bisher scheiterte Home-Office oftmals an den Bedenken der Unternehmer und Führungskräfte. Sie befürchteten Kontrollverluste und geringere Produktivität – Ausdruck, seinen Mitarbeitern nicht vertrauen zu können. Jetzt, wo Home-Office zur Notwendigkeit wurde, um Geschäfts- und Verkaufsprozesse erhalten zu können, erkennen viele, dass diese Bedenken unbegründet waren. Mein Tipp: Vertrauen Sie Ihren Mitarbeitern. Eine Kultur des Vertrauens ermöglicht eine Kultur der Verantwortung.

4. Wert und Werte als Wettbewerbsvorteil

Diese Krise hat die Mentalität der Menschen verändert und somit Auswirkungen auf die Beratung und den Verkauf von Finanz- und Versicherungsprodukten. Unbegrenztes Wachstum oder Rendite um jeden Preis werden von Kunden schon länger in Frage gestellt. Werte wie Sicherheit, Sinnhaftigkeit, Nachhaltigkeit, Vertrauenswürdigkeit und Empathie sind die die neuen Kaufentscheidungsfaktoren. Diese Faktoren waren schon bisher von Bedeutung, nun sind dies aber die entscheidenden Kaufgründe der Kunden. Übrigens: Der Preis von Produkten und Dienstleistungen wird von Verkäufern und Maklern extrem überbewertet. Mein Tipp: Nehmen sie sich jetzt die Zeit, den Wert der eigenen Arbeit und auch die persönlichen Werte zu klären. Beantworten Sie dazu die folgenden Fragen: Warum soll eine Kunden sich gerade von Ihnen beraten lassen? Was macht Sie aus? Was sind Ihre Werte und was ist Ihr Selbstverständnis? Was würde dem Markt fehlen, wenn es Sie und Ihr Unternehmen nicht gäbe?

5. Krisen-Resilienz: Instabilität als Chance

Der Wunsch nach Sicherheit und Stabilität ist groß. In meiner Arbeit mit Unternehmern und Führungskräften erlebe ich oftmals den Kampf um Stabilität. Das ist menschlich verständlich, aber keine gute Basis für kluge Entscheidungen. Um das Bild des Tornados aus meinem aktuellen Buch aufzugreifen: Die Veränderungen in der Finanz- und Versicherungsbranche

werden in der Zukunft nicht weniger, sondern zunehmen und auch deren Intensität wird weiter steigen. Unternehmer und Führungskräfte sind gut beraten, die Krisen und die damit einhergehende Instabilität als den Normalzustand zu akzeptieren und aus dieser Akzeptanz heraus gute Entscheidungen zu treffen. Hilfreiche Frage: „Wie führe ich mein Unternehmen, mein Maklerbüro erfolgreich in die Zukunft unter den instabilen äußeren Bedingungen?“ Persönlich geht es darum, ein gesundes Selbstbewusstsein und die persönliche Identität sowie die körperliche und geistige Gesundheit zu bewahren. Denn wenn sich die Menschen in ihrer Arbeit verlieren und einen Burnout erleiden, dann verlieren die Unternehmen die Menschen. Mein Tipp: Akzeptieren Sie die Instabilität als Normalzustand. Treffen Sie auf dieser Basis Ihre unternehmerischen und persönlichen Entscheidungen. Finden Sie eine Methode, einen Ort oder ein mentales Bild für Ihre innere Stabilität und Balance.

6. Diese Zeit braucht neue Helden

Für mich gibt es zwei Arten von Helden. Da sind zunächst die Helden, die unter schwierigsten Bedingungen und oftmals unter Einsatz ihres eigenen Lebens Menschen retten, wie die Feuerwehrleute, Notärzte, Katastrophenhelfer oder Piloten. Alle diese Helden retten die Welt, das Leben, die Gesundheit und die Zukunft von Menschen. Wir bewundern diese Menschen für ihren Mut und selbstlosen Einsatz, aber auch deshalb, weil wir in uns selbst eine tiefe Sehnsucht spüren, auch ein Held zu sein. Die zweite Art von Helden sind die Helden, die nicht länger im Hamsterrad und Opfer der „alltäglichen Tornados“ in Beruf und Privatleben sein wollen. Sie wollen verstehen und lernen, wie sie die ständigen Veränderungen nicht nur meistern, sondern gesund und vital bleiben und gleichzeitig selbstbewusst, erfolgreich und stärker daraus hervorgehen. Diese Menschen haben gelernt, dass sie eine echte, nachhaltige Lösung nur in sich selbst finden können. In sich selbst heißt, in ihrem Denken, Fühlen und verantwortlichen Handeln sowie in ihrer Fähigkeit zu Selbstreflexion. Das sind für mich die neuen Helden. Sie entscheiden sich für eine Reise zu sich selbst. Das ist oftmals eine Reise ins Unbekannte und erfordert Mut. Diese neuen Helden brauchen wir in den Unternehmen, um Krisen erfolgreich zu meistern. Mein Tipp: Die spannendste und wichtigste Reise im Leben ist die Reise zu uns selbst. Starten Sie Ihre ganz persönliche Heldenreise und werden Sie zum Helden Ihres Lebens.

7. Die Möglich-Macher-Strategie

Holen wir uns die Zuversicht und die Freude zurück in unser Leben. Die „schwarze, bedrohliche Corona-Wolke“ verdrängt dies allzu oft. Teilen Sie diese Freude mit Kunden, Geschäftspartnern, Freunden und Familie. Mein Tipp: Verbreiten Sie Freude und Zuversicht. Seien Sie ein Möglich-Macher für Ihre Kunden. Machen Sie sie reicher, zufriedener, glücklicher.

Autor Roland Löscher ist Experte für Vertrieb und Veränderung und berät Unternehmen und Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Sport und Gesellschaft.