

Dieser Artikel stammt von [akademie.de](http://www.akademie.de). Wissen ist unser Thema - Wir bieten unseren Mitgliedern mittlerweile fast 100.000 Webseiten zu den unterschiedlichsten Themen an - und daneben viele weitere Vorteile. Mehr über uns erfahren Sie unter <http://www.akademie.de>

Plädoyer fürs Netzwerken - mit Sympathie-Faktor!

*Vergessen Sie die gängigen Empfehlungen für professionelles Auftreten. Seien Sie Sie selbst. Kontakte zu potenziellen Kunden und Auftraggebern zu knüpfen, heißt nicht zwangsläufig, sich anbieten zu müssen, im Gegenteil! Wir plädieren für eine souveränere Sichtweise: **"Gehen Sie raus und haben Sie Spaß!"***

Würden Sie zu einem Rechtsanwalt gehen, dem Sie nicht vertrauen?

Was ist der Unterschied zwischen Produkten und Dienstleistungen? Nun gut, es gibt viele. Entscheidend für den Vertrieb ist: Dienstleistungen kann man nicht anfassen, sie sind erklärungs- und erfahrungsbedürftig, man weiß vorher nicht, ob die Qualität stimmt, man braucht also ein gewisses **Vertrauen** in den Dienstleister.

Denken Sie an Ihren Zahnarzt, Ihren Steuerberater, Frisör, etc. Wie haben Sie den gefunden? Würden Sie zu jedem x-beliebigen gehen? Zu jemandem, der Sie anruft und sagt: "Hey, ich bin toll, hab einen super Preis, kommen Sie doch zu mir!?" Wahrscheinlicher ist doch, dass Sie in Ihrem Bekanntenkreis herumfragen, ob jemand jemanden kennt und empfehlen kann.

Wenn das Vertrauen nicht über Ihren Freundeskreis entstehen kann (auf dessen Urteil Sie vertrauen), müssen Sie bei Ihrer Suche nach einem neuen Dienstleister selber eine Beziehung zu potenziellen Dienstleistern aufbauen. Sie sammeln Informationen, Indizien dafür, ob Sie ihm vertrauen können: Website, Aussehen, Räumlichkeiten, Stimme, Preise, Persönlichkeit. Sie versuchen sich ein Bild zu machen, um eine Entscheidung zu fällen. Sie wägen ab. Kann ich ihm vertrauen? Oder lieber nicht? Stimmt all das, was er sagt, mit dem zusammen, was er tut? Passen Anspruch und Wirklichkeit?

Am Beispiel Frisör: Sie sehen Preise, Ladeneinrichtung, Lage, Frisur, Publikum, hören, was er sagt und lassen das Gesamtbild entscheiden. Können Sie ihm vertrauen? Mögen Sie Ihr Gegenüber? Würden Sie zu einem Frisör gehen, der Ihnen unsympathisch ist?

Sympathie ist der erste Schritt in Richtung Vertrauen.

Wie würden sie entscheiden?

Stellen Sie sich vor, Sie sind Unternehmer und Ihr Unternehmen ist in einer Krise. Sie brauchen einen Sanierungsberater. Ihr gesamter Freundeskreis kennt leider keinen, mit genau diesem Wissen. Aber ...

- Zufällig haben Sie vor ein paar Tagen ein Werbemailing von einem Sanierungsberater bekommen. Sie lesen einen Text, hören aber keine Stimme, haben kein Bild vor Augen.
- Wie es der Zufall will, ruft Sie sogar ein weiterer per Telefon an und bietet Ihnen seine Leistungen an. Sie hören seine Stimme, haben aber kein Bild vor Augen.
- Auf dem letzten Networking-Event haben Sie noch einen dritten Sanierungsberater kennengelernt, der war total sympathisch. Allerdings lief es da noch gut in Ihrem Unternehmen. Sie haben sich deshalb mit ihm nicht über sein Fach unterhalten, sondern über seine Reise nach Mexiko. Was und wie er es erzählt hat, klang spannend und nett. Seine Karte haben Sie auch bekommen.
- Und auf der letzten Zugfahrt nach Frankfurt haben Sie im Speisewagen auch einen sympathischen Berater kennengelernt, der hat Ihnen begeistert von seiner Arbeit erzählt und von den Erfolgen seiner Kunden.

Welchen von den Vieren werden Sie kontaktieren?

Wahrscheinlich eher die letzten beiden, richtig? Geschäfte machen wir mit Menschen, die wir mögen und wert schätzen. Sympathie bewirkt einen Vertrauensvorschuss, der bei neuen Dienstleistungen notwendig ist.

Natürlich müssen die beiden Sie auch von ihrem Können überzeugen und Ihnen ein fachlich hervorragendes Angebot machen, das Sie überzeugt, bevor Sie sich entscheiden. Im Vertrieb geht es in Schritt eins jedoch erst einmal um Kontakte, darum den berühmten "Fuß in die Tür" zu bekommen. Und dafür ist ungezwungenes Netzwerken eine leichte und angenehme Methode. Haben Sie den Fuß drin, kommt es auf Wissen und Können an. Aber gut in dem was Sie tun, sind Sie doch. Oder hätten Sie sonst den Schritt in die Selbständigkeit gewagt?

Akquise soll nicht wehtun, sondern Spaß machen!

Netzwerken und Akquise gehören für viele Selbständige zu den unangenehmsten Aufgaben überhaupt. Vielleicht verbinden auch Sie damit, sich anbieten und Anderen etwas aufschwätzen zu müssen. Vielleicht haben Sie wie viele andere unangenehme Erfahrungen mit (Telefon-) Akquise hinter sich oder erinnern sich an grausige Visitenkartenpartys. Und auf Basis dieser Erfahrungen haben sie eine Abneigung oder gar Angst vorm Akquirieren entwickelt.

Wenn Sie jedoch Netzwerken für sich neu definieren? Ersetzen Sie das mühsame "Ich muss mich präsentieren" durch "Ich kann mich ungezwungen mit angenehmen Menschen unterhalten" - und plötzlich bekommt Akquise einen neuen Anstrich!

Weg vom Anbietern, hin zum selbstbewussten Umgang mit Kunden. Es geht zunächst gar nicht darum, besonders klug und besonders kompetent zu sein. Gehen Sie raus und "netzwerken" Sie - aber mit Freude. Bringen Sie sich sozusagen unter's Volk - und zwar so, wie Sie sind. Gehen Sie auf Veranstaltungen, die Sie wirklich interessieren. Treffen Sie auf Menschen, seien Sie Sie selbst, erzählen Sie von Dingen, die Sie inspirieren, interessieren, begeistern. Hören Sie zu, stellen Sie Fragen, und zwar bei Themen die Sie interessieren. Sprechen Sie mit Menschen, die Sie mögen. Sympathie ist etwas Gegenseitiges. Lassen Sie anstrengende Gespräche mit Menschen, die Sie nicht sympathisch finden. Reden Sie nicht über Dinge, die Sie nicht interessieren. Verlassen Sie Veranstaltungen, wo Sie sich nicht wohlfühlen.

Das Notwendige können und sollen Sie auch mit dem Angenehmen verbinden. Denn "Rausgehen und Spaß haben" erfüllt einen sinnvollen geschäftlichen Zweck, weil Sie damit viele kleine Anker in den Köpfen potenzieller Kunden auswerfen. Wenn Sie sich nicht wohlfühlen, werden Sie auch keine Anker werfen.

Und nun "raus" mit Ihnen! Der Erfolg wird Ihnen auf den Fersen folgen!



Tipp: Aufträge finden, Honorare steigern? Selbstzweifel beseitigen!

Eine ähnliche Botschaft aus etwas anderer Perspektive hat auch Robert Chromow. Mehr dazu finden Sie in seinem Beitrag:

["Aufträge finden, Honorare steigern? Selbstzweifel beseitigen!"](#)¹

1 <http://www.akademie.de/direkt?pid=31583>