

Brian Tracy

Verkaufsstrategien für Gewinner

Was erfolgreiche Verkäufer besser machen

Aus dem Englischen
von Regina Berger

REDLINE | VERLAG

© des Titels »Verkaufsstrategien für Gewinner« (ISBN 3-636-01347-5)
2013 by Redline Verlag, Münchner Verlagsgruppe GmbH, München
Nähere Informationen unter: <http://www.redline-verlag.de>

Vorwort

Ich habe festgestellt, dass Spitzenverkäufer in vielerlei Weise beinahe identisch sind. Manchmal biete ich eine Übung in einem Verkaufsleiterseminar an, um den Spitzenverkäufer in den Firmen der Teilnehmer zu beschreiben. Ich erkläre seine oder ihre Eigenschaften, Charakteristika, Verhaltensweisen und Einstellungen relativ detailliert. Der Verkaufsleiter oder Firmenbesitzer im Publikum fragt dann unweigerlich immer: „Wie können Sie meinen besten Mann (oder meine beste Frau) denn so genau beschreiben?“

Die Antwort, die ich ihnen gebe, ist, dass all diese Leute aus demselben Stoff sind. Sie haben alle in etwa dasselbe Temperament. Sie haben dieselben Einstellungen und Besonderheiten. Sie lösen dieselben Gefühle und Reaktionen bei ihren Mitarbeitern und Kunden aus. Sie alle agieren in vielen Beziehungen ähnlich, und sie erzielen dieselben hervorragenden Ergebnisse.

Ich bin ein ausgesprochen praktisch orientierter Mensch. Ich nutze mich selbst, meine Kunden und meine Mitarbeiter im Verkauf als Versuchskaninchen, wenn ich eine neue Verkaufsidee oder ein neues Konzept testen möchte. Ich frage stets: „Trifft das für mich zu?“ Ich glaube niemals irgendetwas einfach so, und ich erwarte auch nicht, dass Sie mir einfach glauben.

Wenn Sie meine Ratschläge für effektiveres Verkaufen lesen, hören Sie daher auf Ihre innere Stimme, auf Ihr Herz. Vergleichen Sie die Ideen, Methoden und Techniken, die in diesem Buch gelehrt werden, mit Ihren eigenen Erfahrungen. Achten Sie auf das richtige Gefühl. Wenn Ihnen eine Idee sinnvoll erscheint, testen Sie sie in Ihrem Verkaufsalltag, und bleiben Sie geduldig. Lassen Sie die Ideen wirken. Sie können nur Fortschritte machen, wenn Sie sich aus dem Lehnstuhl erheben, wenn Sie etwas gänzlich Neues erproben. Aber tun Sie etwas nur, wenn Ihnen Ihre innere Stimme sagt, dass es in Ihrer jeweiligen Situation sinnvoll sein könnte.

Das Buch ist so konzipiert, dass Sie immer ein Kapitel auf einmal, in der vorgegebenen Reihenfolge lesen sollten. Machen Sie bitte Notizen am Rand, oder unterstreichen Sie

Vorwort

wichtige Ideen, auf die Sie später noch zurückkommen möchten. Wenn Sie das Buch durchgearbeitet haben, verwenden Sie es als Referenz, als Werkzeug, und suchen Sie die speziellen Abschnitte in den jeweiligen Kapiteln, die Ihnen in einer ganz bestimmten Situation nützlich sein könnten.

Mein Buch „Das Gewinner-Prinzip“ (Gabler Verlag, Wiesbaden) liefert Ihnen die Grundlagen für Ihren Weg zur erfolgreichen Verkäuferpersönlichkeit. Dort können Sie erlernen, wie Sie die Qualitäten unerschütterlichen Selbstvertrauens, Optimismus und positiver Einstellungen entwickeln können, die es Ihnen ermöglichen, mit den Höhen und Tiefen des Verkaufsalltags fertigzuwerden. Sie lernen dort die Strategien kennen, mit denen Sie Ihr persönliches Potenzial optimal nutzen können.

Aufbauend auf diesen Strategien zu Ihrer persönlichen Spitzenleistung zeigt Ihnen das vorliegende Buch, wie Sie Ihre Verkaufsstrategie verfeinern und optimieren können. Es bietet Ihnen wichtiges Grundlagen-Know-how und eröffnet Ihnen Zugang zu all Ihren Fähigkeiten. Indem Sie praktizieren, was Sie auf den folgenden Seiten lernen, können auch Sie zu einem der besten Verkäufer in Ihrem Land werden.

Dieses Buch ist eine Synthese und Zusammenfassung der besten Ideen, Methoden und Strategien, die ich während meiner 30-jährigen Verkaufstätigkeit kennen gelernt habe. Ich bin deshalb den vielen Verkäufern, mit denen zu arbeiten und von denen zu lernen ich während all dieser Jahre Gelegenheit hatte, zu größtem Dank verpflichtet. Besonders danke ich meinen Freunden und Partnern, die mit mir jahrelang an der Entwicklung des vorliegenden Materials und der Verkaufsschulungsprogramme gearbeitet haben.

Auch meine internationalen Lizenznehmer haben mit kreativen Übersetzungen und Adaptionen des Materials und unserer Schulungsprogramme in andere Sprachen und Kulturen wirklich Außerordentliches geleistet. Hier möchte ich mich besonders bei Ib Moller und Paul Fergus in Kanada, Carlos Dias in Lateinamerika, Sune Gellberg in Schwerden, John und Imelda Butler in Irland, José Marques, Pedro Dionisio, Pedro Matos, Tony Paulo und Vicente Rodrigues, Portugal, sowie Thom und Beverly Shields in Neuseeland, Bill Natsume in

Vorwort

Japan und Taiwan, Robert Yu in Taiwan, Cosimo Chiesa de Negri und Emilio Duro Pamies in Spanien, Sudesh Panicker in Singapur, Thrainn Kristjansson und Fanny Jonmundsdottir in Island, Enrico Masserini und Carla Cecere in Italien, David Cheung in Hongkong und Juhani Hermans in Finnland bedanken.

Besonders hervorheben möchte ich meinen Freund und Partner Frank M. Scheelen, der meine Seminare und Lehren in Mitteleuropa bekannt gemacht hat. Frank M. Scheelen und seinem Team ist es zu verdanken, dass bereits Tausende von Menschen im deutschsprachigen Raum an meinen Seminaren teilnehmen konnten und nun auch meine beiden Bücher in deutscher Sprache erschienen sind. Meiner Lektorin Bettina Dietrich spreche ich meinen Dank und meine Anerkennung aus.

Ihnen allen bin ich zu tiefstem Respekt für alles verbunden, was sie zu der Entstehung dieses Buches beigetragen haben.

BRIAN TRACY

1.

DIE STRATEGISCHE VERKAUFSPLANUNG

Die persönliche strategische Planung ist eine wesentliche Voraussetzung, Zielvorgaben erreichen zu können. Sie können sich mit dieser Methode von Ihrer derzeitigen in jene Position, die Sie für sich anstreben, vorarbeiten. Persönliche strategische Planung wirkt wie ein Ferment, das Ihre Entwicklung in allen Lebensbereichen entscheidend beschleunigt.

Wie jeder Verkäufer wissen sollte, besteht die wichtigste Haltung, die man in diesem Beruf entwickeln kann, in dem Bewusstsein, selbstständig tätig zu sein, sozusagen als Geschäftsführer der eigenen Verkaufsfirma. So übernehmen Sie die umfassende Verantwortung für sich selbst und alles, was mit Ihnen geschieht. Sie selbst meistern Ihr Schicksal. Es gibt keine Ausreden mehr, Sie können andere nicht länger für Ihre Probleme und Schwierigkeiten verantwortlich machen. Jack Welch, Generaldirektor bei General Electric, hat den Ausspruch geprägt: „Wenn Sie Ihr Schicksal nicht selbst in die Hand nehmen, tut es sicher ein anderer für Sie.“ Indem Sie genügend Zeit investieren, um alles genau zu überdenken und zu planen, bevor Sie aktiv werden, erhöhen Sie die Wahrscheinlichkeit, dass Sie Ihre Umsatz- und Einkommensziele planmäßig erreichen. Persönliche strategische Planung ist wahrscheinlich die wichtigste Fähigkeit, die Sie entwickeln können, um sicherzustellen, dass Sie den Erfolg, zu dem Sie fähig sind, auch tatsächlich erreichen.

Im Jahr 1953 wurde unter den Absolventen der Yale University ein Fragebogen herumgereicht. Man stellte den Studenten

folgende Frage: „Haben Sie klare, spezifische, schriftlich festgelegte Ziele für Ihr Leben, und haben Sie umfassende Pläne erarbeitet, wie Sie diese nach dem Universitätsabschluss erreichen wollen?“ Die Ergebnisse dieser Untersuchung überraschten viele. Nur 3 Prozent all dieser Studienabgänger hatten klare, schriftlich festgehaltene Lebensziele und Pläne bezüglich ihrer weiteren Vorgangsweise nach ihrem Abgang von der Universität. 13 Prozent verfolgten zwar Ziele, hatten diese aber niemals schriftlich festgehalten. Die verbleibenden 84 Prozent hatten keinerlei andere Ziele, als die Schule zu verlassen und den kommenden Sommer zu genießen. 20 Jahre danach, also 1973, wurden die noch lebenden Teilnehmer an der Untersuchung noch einmal befragt. Unter anderem stellte man ihnen folgende Frage: „Über welches Vermögen verfügen Sie heute?“

Als man die Ergebnisse dieser Studie zusammenfasste und evaluierte, ergab sich, dass jene 3 Prozent, die klare, schriftlich festgehaltene Ziele und Pläne verfolgten, als sie vor 20 Jahren die Universität verließen, in Dollar ausgedrückt höhere Vermögenswerte ihr Eigen nannten als die restlichen 97 Prozent zusammengenommen. Und dabei war das Stecken von Zielen die einzige Gemeinsamkeit dieser 3 Prozent an der Spitze. Manche von ihnen hatten mit guten, andere mit schlechten Noten abgeschlossen. Sie waren in völlig verschiedenen Branchen tätig. Manche waren in einen weit entfernten Bundesstaat gezogen, andere immer in derselben Stadt geblieben. Der einzige gemeinsame Nenner der erfolgreichsten Studienabgänger von Yale bestand in ihrer intensiven Zielausrichtung schon von Anfang an.

In meinen Gesprächen mit Hunderten von Spitzenverkäufern stellte ich im Laufe der Jahre fest, dass sie alle eine Gemeinsamkeit haben. Sie alle verfügen über klare, schriftlich festgehaltene Ziele. Sie haben sich die Zeit genommen und einen Plan für sich selbst und ihr zukünftiges Leben erarbeitet. Jeder Einzelne von ihnen erlebte am eigenen Leib die unglaubliche Macht von Zielbewusstsein und strategischer Planung. Sie alle haben die eigenen Erwartungen bezüglich ihres Erfolgs im Verkauf bei weitem übertroffen. Und beinahe jeder dieser Spitzenverkäufer führt seinen Erfolg auf sehr bewusste Über-

Wertvorstellungen

legungen bezüglich seiner privaten und beruflichen Zukunft sowie auf die anschließende Erarbeitung einer detaillierten, schriftlichen Planung bis zum angepeilten Ziel zurück.

Es gibt eine Definition des Glücks als „kontinuierliche Realisierung eines ersehnten Ideals oder Ziels“. Wenn man laufend, Schritt für Schritt, auf etwas hinarbeitet, das einem wichtig ist, wird man mit einem ständigen Gefühl von Erfolg und Leistung belohnt. Man empfindet sich als Meister des eigenen Lebens. Man fühlt sich glücklicher und erfüllter. Man erlebt sich als Gewinner, und schon bald entsteht der psychologische Schwung, mit dem man Hindernisse überwindet und Widrigkeiten, die den Durchschnittsmenschen aufhalten könnten, problemlos beiseite räumt. Wenn man an der Erreichung eines wichtigen Ziels arbeitet, entsteht jene persönliche Kraft und Nachhaltigkeit, die einen über alle zuvor angepeilten Ziele hinausschießen lässt.

Wertvorstellungen

Welche Werte vertreten Sie? Wofür stehen Sie? Welche Organisationsprinzipien lassen sich in Ihrem Leben erkennen? Worin besteht der Kern Ihrer Überzeugungen? Welche Tugenden streben Sie an, welche gefallen Ihnen, wenn Sie sie an anderen beobachten? Wofür stehen Sie nicht? Wofür könnten Sie etwas opfern, wofür leiden oder sogar sterben?

Diese äußerst wichtigen Fragen stellen sich nur wenige Leute, aber diese kleine Schar besteht aus den wichtigsten und einflussreichsten Leuten in unserer Gesellschaft.

Als ich vor einigen Jahren mit dieser Klärungsübung meiner eigenen Wertvorstellungen begann, verfasste ich eine Liste mit 163 Eigenschaften, die ich anstrebte. Ich glaube, irgendwie habe ich jede mögliche Tugend und alle positiv beschreibenden Adjektive aus dem Wörterbuch, die sich auf die Persönlichkeit und den Charakter beziehen, da hineingepackt. Sie alle erschienen mir wichtig, und ich wollte sie alle in irgendeiner Weise verkörpern.

Aber dann schlug die Realität zu. Ich stellte fest, dass es bereits Schwierigkeiten bereitet, nur eine einzige neue Eigen-

schaft zu entwickeln oder nur eine Verhaltensweise zu ändern, geschweige denn Dutzende Dinge. Ich schraubte also meine Vorstellungen zurück und begann meine Liste so weit zu komprimieren, dass nur noch eine kleine Anzahl von Werten übrig blieb, denen ich mich widmen konnte. Als ich schließlich fünf wesentliche Prinzipien festgelegt hatte, konnte ich beginnen, an mir zu arbeiten, und erzielte in der Folge auch einen gewissen Fortschritt in der Entwicklung meines Charakters.

Ihre Werthierarchie

Sie sollten genauso vorgehen. Schreiben Sie die fünf Werte auf, die Sie für Ihr Leben für am wichtigsten halten. Ordnen Sie sie anschließend nach ihrer Priorität. Welcher Wert steht in Ihrer Werthierarchie ganz oben? Welcher kommt an zweiter Stelle, welcher an dritter? Und so weiter.

Wie aber können Sie feststellen, worin Ihre Werte heute tatsächlich bestehen? Ganz einfach. Beobachten Sie einfach Ihre Verhaltensweisen, vor allem, was Sie tun, wenn Sie unter Druck geraten. Ihre Werte drücken sich immer in Ihren Taten aus. Nicht, was Sie sagen, wünschen, hoffen oder beabsichtigen, enthüllt Ihre wahren Werte, sondern nur, was Sie tun. Wenn Sie dahinter kommen möchten, worin Ihre Werte derzeit bestehen, überprüfen Sie, was Sie in letzter Zeit getan haben, und beachten Sie, welche Entscheidung Sie jeweils getroffen haben, wenn sich zwei Möglichkeiten ergeben haben. Ihre Entscheidungen und die folgenden Taten zeigen Ihnen und anderen, was für Sie von größtem Wert und größter Wichtigkeit war.

Ich gebe Ihnen ein Beispiel. Stellen Sie sich zwei Leute vor, die dieselben drei Werte haben, nämlich Familie, Gesundheit und beruflichen Erfolg. Der einzige Unterschied besteht in der Reihenfolge der Wichtigkeit dieser Werte. Die erste Person, Bill, sagt: „Meine Familie kommt für mich zuerst, meine Gesundheit an zweiter Stelle, und der berufliche Erfolg rangiert auf Platz drei.“

Tom hat zwar dieselben Werte, aber er würde es so ausdrücken: „Beruflicher Erfolg, meine Karriere, ist für mich am

wichtigsten. Dann kommen meine Familie und meine Gesundheit.“

Glauben Sie, dass ein Unterschied in Charakter und Persönlichkeit zwischen diesen beiden Leuten besteht? Selbstverständlich! Ist dieser Unterschied gering oder groß? Können Sie diese beiden Leute in einem Gespräch unterscheiden? Welcher von beiden wäre Ihnen sympathischer, welchem würden Sie eher vertrauen? Welchen von den beiden würden Sie lieber kennen lernen, mit welchem würden Sie sich gern anfreunden?

Die Antworten auf diese Fragen liegen auf der Hand. Die Person mit der aus Ihrer Sicht besseren Prioritätenreihung entspricht Ihnen eher als die Person, die eine andere Reihenfolge bevorzugt.

Ihre Werteordnung bestimmt Ihren Charakter. Wenn Sie Werte wie Integrität, Liebe, Mut, Ehrlichkeit, Brillanz oder Verantwortungsgefühl wählen und Ihr Leben mit diesen Werten in Einklang bringen, und zwar stündlich und täglich, werden Sie schließlich tatsächlich ein besserer Mensch. Es sind Ihre Werte, die Ihre persönliche Qualität bestimmen.

Was heißt eigentlich Charakter? Ihr Charakter bestimmt sich durch Ihre Fähigkeit, Ihr Leben im Einklang mit positiven, lebensfördernden Werten zu leben. Ein Mensch mit charakterlichen Mängeln gibt höhere Werte zugunsten kurzfristiger Vorteile auf, oder er vertritt überhaupt keine Werte. Wie sehr Sie sich an das halten, was Ihrer Meinung nach richtig und wahr ist, ist der eigentliche Maßstab für Ihren Charakter und die Persönlichkeit, die Sie zu diesem bestimmten Zeitpunkt sind.

Sie können feststellen, wie stark ein Wert in Ihrer persönlichen Hierarchie verankert ist, wenn Sie dafür Zeit, Geld oder Gefühle (Ego) aufwenden. Viele Leute sprechen sich für vornehme und edle Werte aus so lange man sie nicht in die Enge treibt und vor eine konkrete Entscheidung stellt. Entscheiden Sie sich für den höheren Wert, kann das etwas kosten, vielleicht sogar eine ganze Menge. Entscheiden Sie sich für den geringeren Wert, kommen Sie vielleicht billiger davon, zumindest materiell, nicht unbedingt gefühlsmäßig. Aber immer wenn Sie eine Entscheidung zu treffen haben, zeigen Sie, was Ihnen wirklich wichtig ist.

Die strategische Verkaufsplanung

Gehen wir beispielsweise davon aus, eine Ihrer wichtigsten Wertvorstellungen sei maximale Leistungsfähigkeit. Dabei könnte Ihre Definition lauten: „Bestleistungen bedeuten, dass ich mir bei allem, was ich tue, die Latte möglichst hoch lege. Ich gebe in jeder Situation und unter allen Umständen mein Bestes. Ich bemühe mich laufend um Verbesserungen in meiner Arbeit und im persönlichen Leben, in meinen Beziehungen. Ich anerkenne, dass Bestleistungen lebenslange Bemühungen erfordern, und ich arbeite daher täglich daran, immer besser und besser zu werden.“

Mit einer derartigen Definition verfügen Sie über ein klares Organisationsprinzip für Ihre Handlungen. Sie haben einen Standard gesetzt, mit dessen Hilfe Sie Ihr Verhalten evaluieren können. Sie haben sich einen Rahmen geschaffen, innerhalb dessen Sie Entscheidungen treffen können. Sie verfügen über eine Messlatte für all Ihre Handlungen. Sie können diese laufend im Sinne von mehr oder weniger anpassen. Sie haben ein klares Ziel, das Sie anstreben und um das herum Sie Ihre Arbeit organisieren können.

Dasselbe gilt auch für Ihre anderen Werte. Ist für Sie die Familie ein vorrangiger Wert, lässt sich diese Haltung definieren wie folgt: „Die Bedürfnisse meiner Familie gehen mir über alle anderen Anliegen. Stehe ich vor einer Entscheidung zwischen dem Glück, der Gesundheit und dem Wohlergehen eines Familienmitglieds einerseits und einem anderen Ziel, kommt für mich die Familie immer zuerst.“ Von diesem Augenblick an können Sie Entscheidungen leichter fällen. Ihre Familie kommt an erster Stelle. Solange die Bedürfnisse Ihrer Familie nicht vollständig befriedigt sind, lassen Sie sich nicht zugunsten einer niedriger bewerteten Aktivität ablenken.

Was die Klärung der eigenen Wertvorstellungen so wichtig macht, ist die Möglichkeit, die Entwicklung und Formung des eigenen Charakters selbst zu übernehmen. Wenn Ihre Werte und Ziele, Ihr Innen- und Außenleben perfekt aufeinander abgestimmt sind, gibt Ihnen dies ein wunderbares Selbstgefühl. Sie lernen, sich selbst zu schätzen. Ihr Selbstbewusstsein steigt. Sobald Sie absolute Kongruenz zwischen Ihren Werten und Zielen erreicht haben – stellen Sie sich eine Hand in einem Handschuh vor –, fühlen Sie sich stark, glücklich, gesund und

absolut ausgewogen. Sie entwickeln die Art Mut, die Ihnen jede Angst vor Entscheidungen und den jeweils erforderlichen Schritten nimmt. Ihr ganzes Leben wird viel schöner, wenn Sie es nach den von Ihnen am meisten geschätzten Werten leben.

Leitbilder – Mission Statements

Alle erfolgreichen Unternehmen haben aussagekräftige Leitbilder oder Mission Statements. Aber auch alle erfolgreichen Verkäufer haben ein Leitbild. Als Leiter Ihres eigenen Unternehmens mit Verantwortung für Ihr eigenes Leben und Ihre eigene Karriere benötigen Sie zwei unterschiedliche Leitbilder, die einander ergänzen und verstärken. Die schriftliche Festlegung Ihres Leitbilds ist der logische nächste Schritt, der sich aus Ihren Visionen und Wertvorstellungen ergibt. Es wird zu Ihrem persönlichen Credo und entscheidet über Ihre Zukunft. Es dient als Richtungsweiser für alles, was Sie tun. Ihr persönliches Leitbild ist eine Beschreibung der Persönlichkeit, die Sie einmal werden möchten, und zwar in jeder Hinsicht. Ihr berufliches Leitbild hingegen legt fest, wie Sie von Ihren Kunden gesehen werden möchten.

So beispielsweise könnte ein persönliches Leitbild aussehen: „Ich bin in jeder Hinsicht eine außergewöhnliche Persönlichkeit. In all meinen Beziehungen zu den bedeutenden Menschen in meinem Leben, meiner Familie und anderen bin ich warmherzig, liebevoll, mitfühlend, ehrlich und nicht nachtragend. Ich bin ehrlich, ein guter Freund und für meine Eigenschaften wie Großzügigkeit, Hilfsbereitschaft, Ehrlichkeit, Verständnis und Geduld bekannt. Ich denke positiv, bin begeisterungsfähig, glücklich und engagiere mich im Leben. Alle Leute, die mich kennen, mögen, bewundern und respektieren mich.“

Ihr berufliches Leitbild hingegen könnte wie folgt lauten: „Ich bin ein in jeder Hinsicht hervorragender Verkaufsprofi. Ich weiß über meine Produkte und Dienstleistungen ebenso wie über die Situation meiner Kunden ausgezeichnet Bescheid und bereite mich auf jedes Kundengespräch gründlich vor. Ich zeichne mich durch einen feinen Charakter aus, bin für meine Ehrlichkeit, Verlässlichkeit und Entschlossenheit bekannt. Ich bin ein warmherziger, freundlicher Mensch, der sich um jeden Kunden umfassend kümmert, und es ist in jeder Weise angenehm, mit mir zu tun zu haben.“

Damit definieren Sie, wie Sie von Ihren Kunden gesehen werden wollen. Genau so möchten Sie, dass andere über Sie sprechen und Sie Dritten gegenüber beschreiben. Als Chef Ihres eigenen Verkaufsunternehmens steht Ihnen mit der Formulierung Ihres beruflichen Leitbilds ein ganzes Set von Richtlinien zur Verfügung, die Ihnen helfen, in all Ihren Geschäftsaktivitäten das Richtige zu tun und zu sagen.

Ein Leitbild wird immer im Präsens geschrieben, als wäre man bereits die Person, die man so beschreibt. Es ist immer positiv, nie negativ definiert. Es beschreibt die Eigenschaften, die Sie sich wünschen, nicht die Schwächen, die Sie überwinden möchten. Und es ist immer persönlich gehalten. Es beginnt mit den Worten: „Ich bin“, „Ich kann“, „Ich erreiche“.

Ihr Unterbewusstsein kann Ihr Leitbild nur dann als ein Set von Anweisungen verstehen, wenn es im Präsens, positiv und persönlich abgefasst ist. „Ich bin ein hervorragender Verkäufer“ ist ein ausgezeichnetes Beispiel. Lesen Sie nach jedem Verkaufsgespräch rasch Ihr Leitbild durch, und fragen Sie sich, ob Ihr Verhalten dem Kunden gegenüber der von Ihnen angestrebten Persönlichkeit mehr oder weniger entsprochen hat. Als Spitzenverkäufer messen Sie Ihre Verkaufsergebnisse immer an einem ausgesprochen hohen Standard und passen Sie nach oben hin an. Sie streben immer danach, noch besser zu werden. Tagtäglich und auf jede mögliche Weise arbeiten Sie bewusst daran, der vorgestellten Idealpersönlichkeit ähnlicher zu werden.

Es ist Ihr Ziel, in einem Jahr, vielleicht auch schon früher, beispielsweise im Gespräch zwischen Kunden, so beschrieben zu werden, wie dies Ihrem Leitbild entspricht. Ihre Kunden kennen Ihr Leitbild natürlich nicht, aber sie werden dieselben Worte verwenden, um Sie zu beschreiben. Dies deshalb, weil Sie Ihren Kunden so begegnen, wie dies Ihrem Leitbild entspricht.

Wenn Sie Ihre Leitbilder formuliert haben, sollten Sie sie immer wieder lesen, überprüfen, korrigieren und regelmäßig verbessern. Sie können zusätzliche Charaktereigenschaften einbauen und die bereits enthaltenen Qualitäten genauer definieren. Sie werden schließlich zu Ihrem persönlichen Credo, Ihrer Lebensphilosophie, zu Ihrem Glaubensbekenntnis und Verhaltenskodex in all Ihren Begegnungen mit anderen Menschen. Sie können Ihr Verhalten so täglich selbst bewerten und mit den Standards aus Ihren Leitbildern vergleichen.

Im Laufe der Zeit wird etwas ganz Bemerkenswertes geschehen. Wenn Sie Ihre Leitbilder lesen und überprüfen, werden Sie feststellen, dass Sie beinahe unbewusst an Ihren Worten feilen und Ihr Verhalten auf die gewählten Formulierungen abstimmen, sodass Sie der von Ihnen definierten idealen Person zunehmend ähnlicher werden. Ihre Mitmenschen werden die Veränderungen an Ihnen oft unmittelbar bemerken. Und Sie werden feststellen, dass es Ihnen gelingt, in sich selbst jene Art Charakter und Persönlichkeit zu schaffen, die Sie an anderen besonders bewundern und für sich selbst wünschen. Sie werden Ihres persönlichen Glückes Schmied.

Ein wichtiger Punkt, was Ihre persönliche Vision, Ihre Werte und Ihre Leitbilder betrifft: Seien Sie nett zu sich selbst! Es hat immerhin Ihr ganzes bisheriges Leben gedauert, bis Sie zu der Person wurden, die Sie heute sind. Wenn Sie sind wie alle anderen Leute auch, sind Sie einfach nicht perfekt. Aber Ihnen bleibt noch jede Menge Freiraum, um zu wachsen und sich zu verbessern. Ihnen stehen zahlreiche Veränderungen an Ihrem Charakter und Ihrer Persönlichkeit offen, wenn Sie sich zu diesem außerordentlichen Menschen entwickeln, der Sie werden möchten. Allerdings vollziehen sich Veränderungen der Persönlichkeit nicht von selbst und auch nicht über Nacht. Üben Sie sich in Geduld!

Der Grund, warum Menschen an ihren Aufgaben wachsen und im Laufe der Zeit immer besser werden, liegt in der sanften Beständigkeit, mit der sie ihre Ziele und Träume verfolgen. Sie erwarten gar keine sofortigen Umwälzungen. Stellen sich Erfolge nicht sofort ein, lassen sie sich dadurch nicht entmutigen. Sie machen einfach weiter. Und genauso müssen auch Sie vorgehen.

Sobald Sie eine klare Vorstellung von der Person haben, zu der Sie sich entwickeln möchten, sobald Sie wissen, welches Leben und welche Karriere Sie anstreben, tun Sie den ersten Schritt! Lesen Sie täglich Ihre Leitbilder, wenn Sie Ihren Aktivitäten nachgehen. Denken Sie über die verschiedenen Möglichkeiten nach, wie Sie jene Vorzüge und Qualitäten üben könnten, mit denen Sie Ihre Persönlichkeit ausstatten wollen. Denken Sie immer daran, dass nur Ihr Verhalten gegenüber anderen Leuten Ihre Persönlichkeit wirklich zeigt, und wenn Sie ausdauernd genug sind, werden Sie irgendwann einmal genau zu der von Ihnen erträumten Persönlichkeit.

Situationsanalyse

Es gibt vier wesentliche Schritte, um die großen Ziele im Leben zu erreichen. Erstens muss man klar und genau definieren, wo man gerade steht und was man gerade macht. Zweitens muss man seine Vergangenheit überprüfen und feststellen, wie man an den Punkt gelangt ist, an dem man sich heute befindet. Und schließlich muss man entscheiden, wie man von da, wo man sich gerade befindet, dorthin gelangen könnte, wo man in Zukunft stehen möchte.

Ich gebe Ihnen ein Beispiel dafür, wie Sie Ihre derzeitige Situation analysieren können: Stellen Sie sich vor, Sie gingen zu Fuß von Stadt A nach Stadt B, sagen wir eine Strecke von 40 Kilometern. Ungefähr auf halber Strecke, also nach 20 Kilometern, befinden Sie sich in keiner der beiden Städte. Blicken Sie zurück auf Stadt A, so können Sie diese nicht mehr sehen. Und Stadt B ist von Ihrem derzeitigen Standort noch nicht zu erkennen. Mit einer ganz ähnlichen Situation sind Sie in der Anfangsphase Ihrer persönlichen strategischen Planung konfrontiert.