

# Richtiges Coaching

## Erfolgreiche Abschlusstechniken – Teil 12 einer praxisnahen Ratgeberreihe zum Thema Verkäuferkompetenz in Bau- und Gartenmärkten

Führungskräfte, die systematisch denken und handeln, sehen sich nicht als „Beherrscher“ oder „Macher“ des Systems, sondern als „Impulsgeber“ oder „Katalysator“. Sie sehen das Unternehmen nicht mehr wie früher als eine Maschine, die man durch ständiges Eingreifen steuern kann, sondern sie geben „Impulse“. Sie haben begriffen, dass heute alle Macht beim Mitarbeiter liegt (der qualifizierte kann erpressen mit Gehen, der unqualifizierte mit Bleiben). Man sollte als Coach, um in einem Bild zu sprechen, keinen Fisch geben, sondern lehren zu fischen.

Man muss daran arbeiten, Schwächen abzubauen – denn wer Schwächen abbaut, wird nicht stark, sondern ist hinterher nur weniger schwach. Die Alternative ist, vorhandene Stärken zu fördern. Man sollte nicht nur negatives Feedback formulieren. „Nur“ negatives Feedback verschlechtert das Selbstwertgefühl des Empfängers und seine Beziehung zum Coach. Obwohl Kritik zur persönlichen Weiterentwicklung nützlich ist, ist sie bei den meisten Menschen unerwünscht. Oder sagen wir genauer, sie ist in der beruflichen Rolle unerwünscht. Im Sport bezahlen viele Übende „nur“ dafür, dass sie kritisiert werden. Welcher gut motivierte Sport-

ler will schon immer hören, was er gut macht.

Für Verkäufer, die persönlich Kontakt mit Kunden aufnehmen, ist zumindest die Kontrolle der eigenen Körpersprache sehr wichtig. Man muss seinen „Coachees“, den Aufbau eines Sympathiefeldes und die Macht der Fragetechnik bewusst machen. Richtig verstandenes Coaching ist allmähliche Befähigung zum Selbstcoaching. Zum Coaching gehört ein naher Bezug zum Arbeitsplatz, zur Praxis-situation und zu den Tagesproblemen des „Gecoachten“.

Was ist ein guter Coach? Eine fast nicht darzustellende Mischung aus Beichtvater, Hofnarr, Anwalt, Guru, Freund, Trainer, Psychoanalytiker und Psychotherapeut. Das Vertrauensverhältnis zum Coach muss erst aufgebaut werden, um eine solch komplexe Aufgabenstellung zu rechtfertigen. Ein erfolgreicher Coach arbeitet viel weniger in der persönlichen Ebene seines Klienten, sondern kümmert sich um Systemzusammenhänge, Bedingungen und Konstellationen für den Leistungsprozess im Hintergrund eines sozialen Systems. Erst danach steht der erfolgreiche Coach auch für die Arbeit im persönlichen Bereich zur Verfügung.

Der Coach kann zum Helfer in Lebensfragen und für

neue Karrierestrategien werden. Man kann Coaching auch als eine Art „Manager-TÜV“ sehen. Im Gespräch mit dem „Coachee“ geht es meist um nicht geklärte oder um verdeckte Erwartungen. Der Mensch lässt sich nicht aufteilen in einen beruflichen und einen privaten Menschen, daher gibt es im Coaching auch immer wieder Ausflüge in den privaten Bereich. Solche Schleifen sind einfach notwendig; und wenn jemand das total ablehnt, ist Coaching schwer, wenn nicht sogar unmöglich. Die Grenze zwischen Therapie und Coaching ist fließend. Doch während sich der Therapeut schneller auf die persönliche Lebensgeschichte konzentriert, bleibt der Coach stets im beruflichen Kontext.

Fazit: Wer viel coacht, der muss auch viel über sich selbst wissen. □

### Verkäuferkompetenz 12

Dies ist Teil 12 einer umfassenden praxisnahen DIY-Ratgeberreihe für Verkäufer. Im nächsten Heft informieren wir zum Thema „Verkauf PARADOX im Einzelhandel“.

Autor dieses Artikels ist der langjährige Verkaufstrainer

Ewald W. Schneider  
27624 Bad Bederkesa  
Tel.: 04745/6319  
www.ewald-w-schneider.de

## Mit einem Klick zur Karriere

Vielen Stellenbörsen im Internet mangelt es an Angeboten. Stiftung Warentest hat 15 große, überregionale Jobbörsen geprüft: Wie viele Stellen sind im Angebot? Was taugt der Service? Die Tester machten eine Stichprobe und suchten nach Jobs für Juristen, Elektriker und Krankenschwestern, erst eingeschränkt auf Stuttgart, München und Köln, dann deutschlandweit. Ergebnis: Die meisten Jobs hat arbeitsamt online. Den besseren Service gibts dagegen bei den Privaten.

Viele große Namen lieferten nur wenige Treffer: So hatte monster – das laut Werbung „größte Karrierenetzwerk weltweit“ – für die drei Berufe in den drei Städten nur drei Jobs parat, jobpilot sogar nur zwei. Vier Jobbörsen mussten ganz passen: jobjet, jobonline, jobs und stellenanzeigen förderten nichts aus ihrer Datenbank hervor. Zum Vergleich: versum lieferte 74 und arbeitsamt online 72 Angebote für die gleichen Anfragen.

Erschwerend kommt hinzu: jobware, mamas, stepstone und worldwidejobs lieferten Ergebnisse, die zum Teil nichts mit der Anfrage zu tun hatten. Besonders ärgerlich für Job-suchende: Angebote, die schon vergeben sind. jobjet, jobmonitor, jobpilot und stepstone hatten solche Karteileichen auf ihren Seiten. Und selbst bei aktuellen Offerten sollte sich der Nutzer nicht zu früh freuen: Auf jede fünfte Anfrage reagierten die Unternehmen nicht.