

Wenn Glaubenssätze am Erfolg hindern

Wie Sie die „Bremsen“ im Handverkauf lösen

Es gibt immer noch zu viele Apotheken, die sich beim Erfolg selbst im Weg stehen. So werden beispielsweise den Kunden häufig nicht alle Möglichkeiten gezeigt, um schneller wieder gesund zu werden. Es wirken dann (unbewusste) Glaubenssätze wie „Dieser Kunde kann sich das bestimmt nicht leisten“. Solche und andere „Bremsen“ können gelöst oder zumindest gelockert werden.

Glaubenssätze prägen unser Denken, Fühlen und Handeln und geben uns Orientierung. Zusätzlich filtern sie unsere Wahrnehmung, weshalb wir bevorzugt das aufnehmen, was unseren Glauben bestätigt. An der Entstehung dieser Neuronenmuster im Gehirn sind die Erziehung, die Erfahrungen und das soziale Umfeld beteiligt. Jeder Glaubenssatz ist emotional besetzt und löst entweder ein positives oder negatives Gefühl aus. Egal, ob heute noch sinnvoll oder nicht – einmal entstanden, laufen sie auf „Autopilot“.

Das Erbe des Neandertalers

Um zu überleben, haben Steinzeitmenschen stets auf mögliche Gefahrenquellen geachtet. Das ist der Grund, warum unser Gehirn auch heute noch stärker auf Negatives als auf Positives reagiert. Wir erwarten das Schlechte. Negative Erfahrungen bleiben uns viel eher in Erinnerung. Deshalb haben wir auch abends das Gefühl, dass alle Kunden über Preise sprechen, selbst wenn es nur drei waren. Der Neandertaler in uns festigt negative Glaubenssätze zusätzlich.

Glaubenssätze prägen das Geschehen am HV

Die Zeiten, in denen zusätzlich zu einem Antibiotikum ein Schleimlöser auf dem Rezept stand, sind lange vorbei. Sinnvoll und empfeh-

lenswert ist dieses zusätzliche Arzneimittel trotzdem noch. Gehen Kunden jedoch ohne Zusatzeempfehlung nach Hause, wirken häufig Glaubenssätze. In der Praxis gibt es zahlreiche dieser limitierenden Überzeugungen in vielen Varianten. Ein Beispiel: „Wenn ein Kunde meine Empfehlung ablehnt, lehnt er auch mich als Mensch ab.“ Die Ablehnung wird als Bedrohung erlebt und folglich alles getan, um sie zu vermeiden. Wenn Apotheker sagen „Vertriebstrainings bringen nichts“, haben sie recht. Zumindest wenn es sich um Trainings handelt, die lediglich an Symptomen herumdoktern, aber nicht an die Ursachen gehen. Ein Praxistransfer kann nur gelingen, wenn die „Bremsen“ im Kopf gelöst werden.

„Verkaufen ist irgendwie unanständig“

Glaubenssätze zum Beraten und Verkaufen können eine starke mentale Barriere sein. Ob eine HV-Kraft aktiv Zusatzeempfehlungen ausspricht, hängt entscheidend davon ab, wie sie ihre Rolle als Berater und Verkäufer emotional bewertet. In kaum einem Land hat der Begriff „Verkaufen“ eine so schlechte Konnotation wie in Deutschland. Überlegen Sie, welcher Aussage Sie selbst zustimmen:

- Verkäufer schwatzen Kunden etwas auf.
- Verkäufer biedern sich an.
- Verkäufer denken nur an die eigene Geldbörse.
- Ich bin Heilberufler (oder Apotheker, PTA) und kein Verkäufer.

Eine HV-Kraft mit einer positiven Einstellung möchte hingegen bestmöglich beraten. Sie zeigt ihren Kunden alle Möglichkeiten, um schnell wieder gesund zu werden. Es geht ihr nicht darum, rücksichtslos Umsatz zu machen. Begeisterte Kunden und Mehrumsatz sind die Nebeneffekte.

Wer auf die Bremse tritt, kommt schlecht vorwärts Oft bremst man sich in seinem Handeln selbst aus, wenn man in seinem eingefahrenen Denken verharrt. Da hilft nur Bremse lösen und gegensteuern.

Neue Gedanken trainieren

Sie haben selbst in der Hand, was Ihr Gehirn lernt. Wie ein Muskel beim Hanteltraining, kann auch das Gehirn auf förderliche Gedanken trainiert werden. Durch neue Gedanken entstehen neue Verbindungen zwischen Nervenzellen. Werden diese Gedanken fortan häufig gedacht, wird aus dem schmalen „Trampelpfad“ im Gehirn nach und nach eine „dreispurige Autobahn“. Das Fokussieren auf förderliche Gedanken funktioniert natürlich nicht von heute auf morgen. Ihr Gehirn benötigt Zeit für die Veränderung. Genauso wie sich Ihr Bauch auch nicht durch eine einzelne Trainingseinheit in ein Sixpack verwandelt. Fangen Sie daher mit dem Satz an, der Sie am meisten behindert. Erst wenn der neue Glaubenssatz verankert ist und sich der alte abgeschwächt hat, nehmen Sie sich den nächsten vor. Wenn Sie den Willen zur Veränderung haben, finden Sie hier die Anleitung für ein 90-Tage-Programm.

1. Glaubenssätze bewusst machen

Schreiben Sie zunächst die Gedanken auf, die Ihnen am HV durch den Kopf gehen sowie die damit einhergehenden Gefühle. Um die eigenen Glaubenssätze zu finden, benötigen Sie Zeit und die Fähigkeit zur Selbstreflexion. Menschen, denen dies schwerfällt, können zum Aufspüren und Beseitigen die Unterstützung eines Coaches nutzen.

2. Richtigkeit hinterfragen

Wählen Sie einen Ihrer Glaubenssätze aus, den Sie verändern möchten. Hinterfragen Sie die Richtigkeit, indem Sie ihn anzweifeln: Woher weiß ich das? Ist es be-

wiesen? Könnte es auch anders sein? Habe ich schon einmal andere Erfahrungen gemacht? Was würde passieren, wenn ich vom Gegenteil ausgehe?

3. Erlaubnissatz formulieren

Formulieren Sie einen einfachen, klaren und positiven Satz, der Ihnen die Erlaubnis zu einem anderen Denken und Handeln gibt. Nehmen Sie sich ausreichend Zeit, um Ihre eigene Formulierung zu finden. Feilen Sie so lange an Ihrem Satz, bis Sie keinen inneren Widerstand mehr spüren. Verwenden Sie keinesfalls Wörter wie: nicht, kein, ohne, aber.

4. Erlaubnissatz aufhängen

Finden Sie zu Hause und im Backoffice unterschiedliche Plätze, an denen Sie Ihren Erlaubnissatz zur Erinnerung aufhängen. Werden Sie kreativ. Wechseln Sie die Plätze nach einiger Zeit, damit Sie die Erinnerungen nicht aus Gewohnheit übersehen.

5. Erlaubnissatz laut sagen

Sprechen Sie den Erlaubnissatz mindestens dreimal, besser sechsmal täglich laut vor sich hin. Ist lautes Sprechen nicht möglich, denken Sie den Satz bewusst. 30 Sekunden reichen jeweils aus. Je öfter etwas geübt und wiederholt wird, desto besser wird es auf der unbewussten Ebene verankert. Training ist das beste Mittel gegen ein automatisches Zurückfallen in alte Muster, besonders in Stresssituationen. Im Gegensatz zu Arzneimitteln gilt hier: Mehr hilft mehr.

6. Negative Gedanken stoppen

Wenn Sie bemerken, dass Ihr hinderlicher Glaubenssatz auftaucht, stoppen Sie ihn. Sagen oder denken Sie „Stopp“ und atmen Sie tief

durch. Sie können den Effekt noch verstärken, indem Sie sich ein Stoppschild bildlich vorstellen. Mit der Kopplung an eine Körperempfindung können Sie zusätzlich Distanz zu dem Glaubenssatz aufbauen. Klopfen Sie dazu beispielsweise auf Ihre Hand oder Ihren Oberschenkel.

7. Erfolgstagebuch führen

Notieren Sie jedes Erfolgserlebnis in einem Tagebuch. Suchen Sie bewusst nach Bestätigungen, dass Ihr Erlaubnissatz wahr ist. Wenn Ihr Gehirn Ihnen mal wieder alle negativen Erinnerungen präsentiert, haben Sie den Gegenbeweis schwarz auf weiß in der Hand. Insbesondere an schlechten Tagen hilft das Lesen in dem Erfolgstagebuch.

8. Unterstützung durch Kollegen

Arbeiten Sie gemeinsam im Team an Glaubenssätzen zu einem Thema. Menschen neigen dazu, im Denken und Handeln die gleiche Richtung einzuschlagen wie ihr Umfeld. Als Einzeller gegen die Kollegen anzudenken, ist sehr schwer. Nutzen Sie daher die Kraft der Gruppe. Indem die Teammitglieder in den Besprechungen von ihren Erfolgserlebnissen berichten, verstärken sie sich gegenseitig. Nutzen Sie Ihr Potenzial und ergreifen Sie die Chance zur Veränderung. Sie werden mit mehr Freude an der Arbeit belohnt werden. |

Mechthild Maria Horstrup

Mechthild Maria Horstrup, Master of Arts (M. A.) Beratung, Diplom-Betriebswirtin (FH), ist Inhaberin von HORSTRUP Training|Coaching|Beratung, www.horstrup.de

Möglicher Glaubenssatz	Fakten	Möglicher Erlaubnissatz
Die Zeit reicht nicht für eine Empfehlung, es warten schon Kunden.	Nur 16 % sind tatsächlich in Eile. ^[1]	Von mir bekommt jeder Kunde die Zeit, die ihm zusteht.
Das kann sich der Kunde sicher nicht leisten.	Die Ausgaben im zweiten Gesundheitsmarkt steigen jährlich. Vor neun Jahren waren es bereits 900 € je Bundesbürger jährlich. ^[2]	Meine Kunden dürfen über Geld und Gesundheit selbst entscheiden.
Kunden sind genervt, wenn ich Fragen stelle.	Zu 95% werden Apotheken weiterempfohlen, in denen Kunden viele Fragen gestellt werden. ^[3]	Durch meine Fragen zeige ich Interesse und Wertschätzung.

Quellen: ^[1]Gerhard Riegl, Apotheken Novum 2009; ^[2]Unternehmensberatung Roland Berger, 2007; ^[3]mystery shopping and more, 2014