



# Verkaufstrainer

Mai 2008

## Guten Tag,

*Fördern und nutzen Sie das kreative Potential Ihrer Mitarbeiter. Es zahlt sich aus: für Ihre Kunden, für Ihre Mitarbeiter und nicht zuletzt für Ihr Unternehmen. Im letzten Teil der Serien „Der Kunde im Fokus“ lesen Sie, warum kreative Freiräume im Unternehmen so wichtig sind.*

[Testen Sie Ihre Kreativität!](#)

## Wozu kreativ sein?

Erinnern Sie sich? Als Kind schlug Ihre Fantasie manchmal Purzelbäume. Sie pinselten bunte Bilder, deren Inhalt nur Sie selbst entschlüsseln konnten, die aber abenteuerliche Geschichten erzählten. Oder Sie dachten sich wundersame Märchen aus, von Zauberern, Feen, Rittern und Burgfräulein, die ein Leben voller Abenteuer zu bestehen hatten. Aus Legosteinen bauten Sie kühne Konstruktionen, die ihresgleichen suchten.

In der Schule lernten Sie dann, dass es keine Zauberer und Feen gibt – und so hörten Sie irgendwann auf, Geschichten zu erfinden. Ebenso gab man Ihnen zu verstehen, dass Ihre wunderbaren Bilder ein Beweis dafür sind, dass Sie eigentlich gar nicht malen können. Und der Legobaukasten wanderte in die Ecke, weil Sie im Physikunterricht lernten, dass Ihre gewagten Brückenbauten in Wirklichkeit niemals der Schwerkraft widerstehen können.

Als Sie in die Ausbildung kamen, haben Sie auch hier sehr schnell gemerkt: Ihre Ideen und Ihre Vorstellungen, Ihr Engagement und Ihre Kreativität sind nicht gefragt. Alltäglich wiederkehrende Aufgaben beherrschten Ihren Arbeitstag. Ferner wurde erwartet, dass Sie das machen, was Ihnen gesagt wird und nichts anderes. Mit- oder gar querdenken? Unerwünscht!

Die Folge: Die Menschen in Unternehmen und Betrieben arbeiten mehr oder weniger automatisch, fantasielos, gelangweilt. Stellen Sie sich vor, Sie geraten als Kunde an solch einen desinteressierten Verkäufer. Eine fürchterliche Vorstellung, oder? Fakt ist: Dieses „Käuferlebnis“ erfahren viele Kunden mehrmals täglich! Dabei wäre es im Grunde so einfach, Mitarbeiter zu motivieren und Kunden zu begeistern. Zugegeben: Wann immer behauptet wird, es sei ganz einfach, zeigt die Praxis, dass es meist doch komplizierter ist, als man denkt.



Nicht umsonst wird deshalb in vielen Unternehmen heute systematisch an der Förderung der Kreativität gearbeitet. Viele Chefs stellen dabei fest, dass die Teams mit den Freiräumen, die ihnen gegeben werden, anfänglich gar nichts anzufangen wissen. Deshalb muss – wie bei fast allen Entwicklungsprozessen – auch dieser wirkungsvoll begleitet werden.

*Im der nächsten Ausgabe der Mobile-Serie „Der Kunde im Fokus“ wird an einem Beispiel aufgezeigt, wie diese Entwicklungsprozesse aussehen und wie sie geleitet und kontrolliert werden können.*

**Mit freundlichen Grüßen, das Mobile-Team**