

Zielführende Fragen bei Bewerbungsgesprächen im Vertrieb - verpasste Chancen künftig vermeiden

Den falschen Vertriebsmitarbeiter einstellen kostet mehr, als den meisten Vertriebsleitern bewusst ist.



Abgesehen von einem gewissen Imageverlust und den Kosten, die mit der Suche nach Ersatz verbunden sind, entstehen noch weitere ganz erhebliche Kosten. Es sind die Kosten der verpassten Chancen. Leider gibt es keine Möglichkeit, den Umsatz, den der richtige Verkäufer realisiert hätte, wieder hereinzuholen.

Im Grunde ist schon das Wort "Bewerbungsgespräch" irreführend. Recruiting Talk ist auch nicht viel besser. Klar, das einstellende Unternehmen will möglichst viel vom zukünftigen Mitarbeiter erfahren, um zu bewerten, ob er/sie passt. Das wissen alle Interviewer.

Wer erfolgreich Verkäufer einstellen will, muss ganz bestimmte Anforderungen erfüllen – Anforderungen, die einen professionellen Interviewer ausmachen. Sicherlich gibt es auch ein paar wenige, die einen besonderen Riecher dafür haben, gute Verkäufer zu erkennen, die mit Kandidaten nur ein paar Minuten lang sprechen und dann wissen, ob sie es schaffen werden. Wer tatsächlich ein solch gutes Urteilsvermögen hat, kann stolz darauf sein. Doch das sind seltene Ausnahmen. Wer nur glaubt, dass er diese Begabung hat, sollte lieber die Finger davon lassen. Ein einziger Fehler bei der Einstellung von Verkäufern macht fünf gute Entscheidungen zunichte.

So ist z. B. entscheidend, dass es dem Interviewer gelingt, in kurzer Zeit viel Vertrauen beim Bewerber aufzubauen, damit er „frei“ wird. Es muss eine Situation entstehen, die beiden Gesprächspartnern das Gefühl gibt, ohne Stress auf „Augenhöhe“ miteinander sprechen zu können. Vergleichbar mit einer Unterredung zwischen langjährigen Freunden, die sich gegenseitig nichts vormachen, sondern eine wichtige Frage lösen wollen. Diese Aufgabe hat der Interviewer zu allererst!

Um dies zu erreichen, sollte der Interviewer folgendes können:

1. einen Einblick über die eigene Laufbahn geben ... und dabei unbedingt auch kritische Stationen erwähnen ... der Bewerber muss spüren, dass sein Interviewer auch mit Schwächen umgehen kann.

2. möglichst klar beschreiben, was auf ihn zukommt. Je authentischer und nachvollziehbar dies gelingt, umso offener wird ein Bewerber von sich und seinen Stärken und Schwächen sprechen und
3. den Bewerber klar fragen, wer er/sie ist, was ihn/sie ausmacht ...
Wenn dann die allgemeinen „Schwurbelsätze“ kommen ... "ich bin ja noch so neugierig" ... "ich bin sehr ehrgeizig" ... "ich mag Herausforderungen" machen Sie den Bewerber an diesen Sätzen fest ... was meint er/sie damit? ... hat er/sie Beispiele für diese Aussagen?
4. eine umfassende Beschreibung dessen zu verfassen, was die Bewerber wissen müssen, welche Aufgaben von ihnen verlangt werden und welche Verantwortung die Stelle mit sich bringt. Diese Beschreibung sollte vor einem Vorstellungsgespräch an die potenziellen Bewerber gesandt werden. Der Vorteil dabei: einige ungeeignete Bewerber werden sich selbst ausschließen – das spart Zeit in dem Bewerbungsprojekt.

Die Ausgangslage im Bewerbergespräch ist ja so, dass beide Seiten nicht genau wissen können, was auf sie zukommt. Aber am „längeren Hebel“ sitzt meist der Interviewer, weil er das Unternehmen genau kennt. Daher hat der Interviewer auch die Verantwortung, den Bewerber vor einer Fehlentscheidung zu schützen. Er weiß, wie gut die Chancen für einen Einsteiger in den Vertrieb sind, erfolgreich zu sein und er weiß auch, wie viele Neueinsteiger nach 24 Monaten noch da sind – oder auch nicht. Das alles muss auf den Tisch. Wenn der Interviewer das nicht kann, ist er falsch am Platz.

Grundsatz: Der Interviewer muss den Bewerber soweit aus der Kontrolle und Reserve locken, bis dieser klare Texte sprechen kann.

Wenn ein Bewerber z. B. seinen potenziellen zukünftigen Arbeitgeber „über den Klee“ für sein Superimage lobt, muss dies der Einstieg in eine scharfe, aber freundliche Diskussion werden. Denn kein Unternehmen der Welt ist so gut, wie es von außen wirkt. Der Interviewer muss auf bestehende Missstände hinweisen und

Das komplette 4-seitige Whitepaper erhalten Sie sofort kostenlos
an Ihre E-Mail-Adresse als PDF-Dokument zugesandt.
Geben Sie als Stichwort ein: [Whitepaper – Recruiting](#)

