

Mit Pro-Aktivität zu mehr Neukunden

Stephen Coveys Bestseller **Gemeinsam mehr erreichen – Mit den 7 Wegen zur Effektivität** (Gabal) hat dank zeitloser und universeller Prinzipien auch rund 30 Jahre seit dem ersten Erscheinen nichts von seiner Aktualität eingebüßt

Grade in unserer heutigen Welt, die von tiefgreifenden Veränderungen und Umbrüchen geprägt ist, helfen die „7 Wege“ dabei, ins Handeln zu kommen. Denn nur Sie selbst tragen die Verantwortung für Ihre Effektivität und Ihr Glück. Dabei bilden Prinzipien wie Fairness, Freundlichkeit, Respekt und Integrität im persönlichen wie auch beruflichen Leben das Fundament zwischenmenschlicher Beziehungen und Kooperationen. Täglich werden Sie mit den Unsicherheiten und Problemen der Buchbranche konfrontiert.

Wie einfach es doch wäre, zu warten, dass jemand das Problem der sinkenden Kundenfrequenz in den Innenstädten oder das des wachsenden Medienwettbewerbs in Angriff nimmt. Doch wenn Sie darauf warten, dass andere handeln, werden Sie immer nur reagieren können.

Was ist „Pro-Aktivität“?

Wie oft haben Sie schon gehört: Sei pro-aktiv! Aber was ist „Pro-Aktivität“ und wie erreichen Sie damit neue Kunden

und bessere Ergebnisse? Stephen R. Covey sagt, „zwischen Reiz und Reaktion hat der Mensch die Freiheit zu wählen.“ Das Prinzip der Pro-Aktivität bedeutet, dass jeder Mensch selbst für sein Leben verantwortlich ist. Sie tragen die Verantwortung und Ihr Verhalten ist das Resultat Ihrer eigenen, bewusst getroffenen Entscheidungen. Pro-aktiv sein heißt, dass Ihre Werte Ihre inneren Antreiber sind – und nicht äußere Umstände oder Reize.

Die Initiative ergreifen

Pro-aktive Menschen tun das, was nötig ist, um Herausforderungen zu meistern. Sie nutzen ihren Einfallsreichtum, finden Lösungen und gestalten aktiv ihren beruflichen Erfolg. Die Initiative ergreifen bedeutet, die Rahmenbedingungen selbst zu gestalten und die Antwort auf äußere Umstände selbst zu wählen.

Der Unterschied zwischen positivem Denken und Pro-Aktivität liegt darin, dass Sie der Realität und den Aussichten für die Zukunft ins Gesicht sehen. Aber Sie machen sich auch bewusst, dass Sie die Macht haben, pro-aktiv mit diesen Umständen umzugehen.

3 Fragen an Andreas Weigel, Buch Jung, Reutlingen

1 Wie finden Sie Messen und Veranstaltungen auf denen Sie einen Büchertisch machen?

Ich finde Messen und Veranstaltungen in erster Linie durch Kontakte und Kooperationen vor Ort aber auch überregional mit Verlagen sowie durch Recherchen im Internet. So haben wir zum Beispiel im letzten Jahr mit einer Kochschule im Ort ein „Lukullisches Networking & Vortrag von Carsten K. Rath“ veranstaltet.

Mit den Hochschulen der Stadt arbeiten wir im Rahmen des Studium Generale zusammen und gestalten Büchertische. Verschiedene Institutionen und Gemeinschaften kommen auch auf uns zu, damit wir sie bei Veranstaltungen zu unterstützen

2 Welche Erfahrungen machen Sie bei solchen Büchertischen?



Positiv erfahren wir bei Büchertischen, dass sich die Reichweite für Kundenkontakte erhöht. Wir kommen ins Gespräch mit bestehenden Kunden (die wir eingeladen haben) und mit potentiellen Neu-Kunden, denen wir unsere Dienstleistung publik machen können.

3 Gibt es dadurch auch langfristige Erfolge für Ihr stationäres Geschäft, wenn ja, welche?

Langfristig festigen sich dadurch Kundenbeziehungen. Wir bekommen (meist) positives Feedback sowohl persönlich als auch online. Die Reputation der Buchhandlung steigt – AHA-Effekte – „was, Sie sind auch hier bei diesem wichtigen Vortrag, Meeting, Kongress ...“ werden uns bei diesen Veranstaltungen immer mal wieder übermittelt.

Interessen- und Einflussbereich

Sie alle haben Interessen: Ihre Gesundheit, Karriere, Familie. Doch über manche Dinge haben Sie keine Kontrolle, zum Beispiel die Schwächen anderer oder die Probleme in Ihrem Umfeld. Reaktive Menschen verbringen viel Zeit und Energie in ihrem Interessenbereich. Dieser ist jedoch nicht deckungsgleich mit Ihrem Einflussbereich. Die Folge: Sie werden von den Dingen und Geschehnissen kontrolliert, anstatt sie selbst zu kontrollieren. Pro-

aktive Menschen hingegen konzentrieren sich auf Dinge, über die sie direkte Kontrolle haben, die also in ihrem Einflussbereich liegen. Sie arbeiten an Dingen, bei denen sie etwas bewirken, einen positiven Einfluss ausüben können. Wenn Sie sich bewusst machen, in welchem Bereich Sie Ihre Energie einsetzen, ist ein großer Schritt bei der Entwicklung von Pro-Aktivität getan. Seien Sie Teil der Lösung, nicht Teil des Problems.

Wie sieht Ihr Plan aus? Was werden Sie tun? Wie können Sie in Ihrer aktuellen Situation die Initiative ergreifen? Machen Sie ein Brainstorming im Team und konzentrieren Sie sich auf einige ganz praktische, machbare Dinge. Sie werden feststellen, dass der Geist des pro-aktiven Bewusstseins dann schnell an die Stelle von reaktiver Opferhaltung tritt.

Bei den Problemen, Herausforderungen und Chancen, denen wir uns jeden Tag gegenübersehen, können wir unsere proaktive Fähigkeit bei alltäglichen Ereignissen unter Beweis stellen:

- wie Sie einen unfreundlichen Kunden behandeln
- wie Sie Ihre Probleme sehen und darauf reagieren
- welche Sprache Sie nutzen oder worauf Sie Ihren Fokus richten

Die Jungen werden immer lesefauler?

Laden Sie einen lokalen YouTube-Influencer zu sich in die Buchhandlung ein, um sich mit den jungen Seltenlesern über Minecraft oder Fußballtricks auszutauschen. Sorgen Sie anschließend für die ideale Lektüre und Rahmenbedingungen zum Verweilen.

Es finden regelmäßig in Ihrer Stadt Ausstellungen, Kongresse und Messen statt, an denen Unternehmen aus Ihrer Region teilnehmen? Nutzen Sie diese Plattform zur Präsentation Ihrer Buchhandlung und zum Netzwerken, um diese Firmen als neue Kunden zu gewinnen. Vom Firmenevent in Ihrer Buchhandlung bis zur individuellen Buchausgabe für die Belegschaft als Weihnachtsgeschenk – bieten Sie pro-aktiv Lösungen an für die Bedürfnisse regionaler Firmenkunden. Erschließen Sie bislang ungenutztes Potenzial.

Viele junge Menschen interessieren sich für neueste Kulinarik-Trends, finden aber nicht den Weg in Ihre Buchhandlung? Kooperieren Sie mit dem lokalen Food-Truck-Festival oder einem Ihnen bekannten Aussteller und präsentieren Sie vor Ort die neuesten Titel zu Essen und Trinken oder DIY – und treffen Sie viele potenzielle Käufer.

Seien Sie pro-aktiv, ergreifen Sie die Initiative und lösen Sie Probleme selbst,

»Ihr Verhalten ist das Resultat Ihrer eigenen, bewusst getroffenen Entscheidungen. Proaktiv sein heißt, dass Ihre Werte Ihre inneren Antrieber sind – nicht äußere Umstände«

statt darauf zu warten, dass andere ins Handeln kommen. Nur so können Sie Ihre Chancen und Ihr Wachstum positiv beeinflussen.

Um die Wartezeit zum nächsten Beitrag zu verkürzen, stellen wir Ihnen unter www.gabal-verlag.de/haendler den 7 Wege Selbsttest zum Download bereit. Der Selbsttest wird Ihnen zeigen, wie gut Sie die 7 Wege schon jetzt umsetzen. In der nächsten Ausgabe entwickeln Sie klare Zielvorstellungen mit dem 2. Weg: Schon am Anfang das Ende im Sinn haben.

Kerstin Schlosser

Anzeige

BuchMarktJobs

Das Jobportal für Buchhandel und Verlage

Mitarbeiter suchen + finden
www.buchmarktjobs.de

