

Wie Sie Ihre Idee richtig verkaufen

18. September 2018

So verkaufen Sie Ihre Idee

Sie haben eine Idee, die Ihr Herz höher schlagen lässt und möchten sie gerne an den Mann bringen? Ihre Begeisterung allein wird Ihnen aber kaum die notwendige Unterstützung dafür bringen.

Sie müssen Ihre Idee verkaufen: an Ihren Vorgesetzten, das Ideenmanagement-Team, die Unternehmensleitung. Dafür benötigen Sie eine Verkaufsstrategie. Und Sie müssen sich unbedingt auf das Gespräch und das Einreichen Ihrer Idee vorbereiten. Die richtige Kommunikation erhöht die Chancen Ihrer Idee, es zu schaffen. Sonst laufen Sie Gefahr, abgeschmettert zu werden.



Schritt 1: Chancen einschätzen

Ziel: Schützen Sie Ihr geistiges Kapital

Leider haben viel zu wenige Unternehmen eine kreative Kultur etabliert, die Ihnen sicherstellt, dass Ihre Idee in jedem Falle überprüft wird, unabhängig davon, welche Position Sie im Unternehmen innehaben. Deshalb ist es enorm wichtig, dass Sie die Überlebenschancen Ihrer Idee schon im Vorfeld abklopfen. Sie ersparen sich so,

- eine harsche Abfuhr zu erhalten.
- Ihre eigene Kreativität zu beschädigen.
- frustriert und demotiviert aus dem Gespräch herauszugehen.
- dass Ihre Idee vielleicht „geklaut“ wird und Ihr Vorgesetzter die Lorbeeren einstreicht.

Deshalb ist es enorm wichtig, einmal zu kontrollieren, wie ideenfreundlich Ihr Unternehmen eigentlich ist.

- Gibt es ein Vorschlagswesen?
- Werden Ideen willkommen geheißen? Gar angefordert?
- Wer darf Ideen vortragen? Wer blitzt eher ab? (Ideenhierarchien in Unternehmen sind nicht ungewöhnlich)
- Gibt es einen transparenten Ideenevaluations-Prozess?

Wägen Sie jetzt knallhart ab. Ihr Chef und Vorgesetzter wird es mit Ihrer Idee auch tun, falls er sie denn zu hören bekommt. Sicher, zu schweigen und die Ideen unverwirklicht zu sehen, mag [frustrieren](#). Nur bedenken Sie eines: Ihre Idee(n) sind Ihr geistiges Eigentum. Im Klartext: Ihr Kapital. Werfen Sie also „die Perlen nicht vor die Säue“. Hüten Sie sie, wie Rohdiamanten, denn das sind sie.

Expertenrat

Sollte sich jetzt herausstellen, dass das Unternehmen, in dem Sie zur Zeit arbeiten, alles andere als ideenfreundlich und innovativ ist, planen Sie mittel- und langfristig Ihren „Abgang“. Sie werden auf Dauer in diesem Unternehmen nicht glücklich, noch können Sie sich und Ihre Karriereziele dort verwirklichen. [Innovativere Unternehmen warten auf Sie.](#)

Schritt 2: Ihr Vorgesetzter und seine Offenheit

Ziel: Nutzen Sie die „Macken“ für Ihre Verkaufsstrategie

Durchleuchten Sie im Vorfeld das Verhalten Ihres Chefs und Vorgesetzten. Fokus: Seine Aufnahmebereitschaft für neue Ideen.

- Gibt es Ideenvorlieben? Welche?
- Welche Argumente schlagen in jedem Falle positiv für die Idee zu Buche? Kostensenkung? Wettbewerbsvorteile? Schnelle Umsetzung + geringe Investitionskosten? Was?
- Gibt es Standardablehnungskommentare? Welche?
- Wann ist die beste Zeit, Ihrem Vorgesetzten die neue Idee vorzustellen?

Überlegen Sie sich, wie Sie Ihre Erkenntnisse in schlagkräftige Argumente umwandeln können. Fixieren Sie bereits jetzt einen Erstentwurf für Ihr Gespräch oder Ihre Email.

Schritt 3: Ihre Idee selbst kritisch beäugen

Ziel: Lernen Sie, was Ihre Ansprechpartner inspiriert und suchen. Machen Sie Ihre Ideen „bruchsicher“

Ohne Zweifel haben Sie Ihre Idee schon einer kritischen Betrachtung unterworfen. Allerdings „nur“ aus Ihrem Blickwinkel. Sowohl Ihr Vorgesetzter, als auch das Unternehmen werden jedoch weitere Kriterien einsetzen, um Ihre Idee zu überprüfen. Und diese Kriterien werden von deren eigener Position und Aufgabe im Unternehmen bestimmt.

Durchleuchten Sie deshalb Ihre Idee einmal aus deren Perspektive. Nutzen Sie für diese Aufgabe die [„6 denkenden Hüte-Methode“](#). Diese Methode strukturiert Ihr Denken und Sie erzielen so rasche Ergebnisse. Zeitersparnis garantiert.

Die Perspektiven der Entscheidungsträger

Vorstand: Wird die Idee den Wert des Unternehmens steigern? Das Gesamtvolumen erhöhen? Die Aktienkurse wachsen lassen?

Controller: Mit welcher Gewinnspanne ist zu rechnen? Welche Investitionen sind notwendig?

Produktion: Kann es auf unseren Maschinen produziert werden? Kann die Firma es umsetzen?

EDV: Ist es mit der Unternehmenssoftware kompatibel? Ist es programmierbar?

Marketing: Wartet der Kunde darauf? Setzt es Trends?

Verkauf: Werden die Kunden es kaufen?

Expertenrat

Besprechen Sie mit einem Kollegen, dem Sie vertrauen und der vor allem offen für Neues ist, Ihre Idee. Holen Sie sich Ihr erstes Feedback. Bauen Sie die Tipps, Fragen und Ratschläge in Ihre Ideen-Verkaufsstrategie ein.

Schritt 4: Setzen Sie Ihre Verkaufsstrategie fest

Ziel: Planung steigert den Erfolg

Geben Sie sich ausreichend Zeit, um Ihre Strategie auszuarbeiten. Lieber hier etwas mehr Zeit investieren, als [später im Gespräch keine Antwort zu finden oder nicht mehr weiter zu wissen](#). Bedenken Sie, Sie brauchen

- einen „Köder“, also einen guten Einstieg,
- einen Mittelteil, der überzeugt. [Wappnen Sie sich dafür mit Zahlen, Statistiken, Fakten, Hintergründe](#). Erstellen Sie in jedem Falle eine Liste der Vorteile, die die Idee beschern wird. Weisen Sie auch auf Schwachstellen und Informationslücken hin. Ihr Vorgesetzter wird „nicht die Katze im Sack“ kaufen, wenn mögliche Schwierigkeiten offensichtlich sind.
- ein Finale. Womit wollen Sie schließen? Schlagen Sie beispielsweise gleich einen ersten oder gar

mehrere Schritte der Umsetzung vor.

Expertenrat

So wandeln Sie eventuelle Schwachstellen Ihrer Idee in Stärken

- Haben Sie einen „nichts zu verlieren“-Trumpf im Ärmel. „Selbst wenn es floppen sollte, haben wir wichtige Markt- und Verkaufsinformationen erhalten.“
- Verkaufen Sie ein niedriges Risiko. Denn dies wird die Firma eher eingehen. „Mit einem Minitest, sehen wir ganz schnell, ob es tauglich ist.“
- Bringen Sie die Konkurrenz ins Spiel. „Unsere Konkurrenten wissen auch nicht mehr als wir, denn es gibt darüber keine Untersuchung.“

Schritt 5: Legen Sie los

Ziel: Verkaufen Sie Ihr „Baby“

Rufen Sie sich vor und während des Gespräches ins Gedächtnis: Sie halten die Fäden des Gespräches in Ihrer Hand. Spulen Sie Ihr Verkaufsgespräch aber nicht stur ab. Beziehen Sie Ihren Vorgesetzten mit ein.

Spiegeln Sie seine Mimik *„Sie runzeln gerade Ihre Stirn. Gibt es Fragen?“* Holen Sie sich ruhig aktiv das Feedback ein, falls Ihr Vorgesetzter zu lange schweigt. *„Wie schätzen Sie nach dieser kurzen Darstellung die Idee ein? Welche Unklarheiten darf ich ausräumen?“*

Führen Sie das Gespräch in jedem Falle zu einem Abschluss. Klären Sie, ob Sie aktiv werden sollen, ob noch weitere Informationen und Analysen gebraucht werden oder falls es eine Ideenmanagement-Abteilung gibt, wann Sie mit der ersten Rückmeldung rechnen können. Gehen Sie also nicht ohne Ergebnis für sich aus dem Gespräch.