

„Starke Verkäufer ziehen starke Kunden an“

26.05.2011 | Kategorie: Berater von: Tina Gilic

drucken

Like 18 likes. Sign Up to see what your friends like.



Die erste Auflage seines neuen Buches „Nicht gekauft hat er schon – So denken Top-Verkäufer“ war bereits am ersten Tag ausverkauft. Aktuell befindet sich der Titel auf diversen Bestsellerlisten. proontra sprach exklusiv mit dem Top-Verkaufstrainer und Vertriebsexperten Martin Limbeck über Erfolg, Motivation und abschlussorientiertes Verkaufen.

proontra: Herr Limbeck, was ist ein Hardseller?

Martin Limbeck: Ich unterscheide zwischen dem alten und dem neuem Hardselling. Die alte Methode der 60er und 70er ist auch als Aua-Methode bekannt: anhauen, umhauen, abhauen. Dann kam das Softselling: Verkäufer bildeten einen Stuhlkreis und dem Kunden wurden die Schultern gekraut.

proontra: Und heute?

Limbeck: Der neue Hardseller ist jemand, der ganz klar die Kundenorientierung im Fokus hat, aber den Abschluss nicht vergibt.

proontra: Wie wird man also zu einem Hardseller?

Limbeck: Sie können nur etwas verkaufen, wenn der Kunde den Nutzen für sich erkennt und einen Vorteil aus dem Verkauf zieht. Die meisten Verkäufer vergessen aber die Abschlussfrage zu stellen, weil sie Angst vor dem Nein haben. In meiner Welt heißt ein Nein: **Noch Ein Impuls** **Notwendig.**

proontra: Wie gehen Sie selbst mit einem Nein um?

Limbeck: Mit einer Abweisung signalisiert der Kunde: „Ich hab’ das Produkt nicht genau verstanden“ beziehungsweise „Ich weiß nicht, ob das Produkt das Richtige für mich ist.“ Ich muss also den Bedarf meines Kunden neu ergründen und seine Motive erfragen.

proontra: Was macht Ihrer Ansicht nach einen guten Verkäufer aus?

Limbeck: Dreh- und Angelpunkt ist die Einstellung. Es wird niemand als Topverkäufer geboren, durch Training und Fleiß können Sie aber zu einem werden. Ständige Wiederholung verbessert die Fähigkeiten. Natürlich fällt es mir leichter, wenn ich ein gewisses Gefühl für das Verkaufen mitbringe. Doch wer fleißig trainiert, kann genauso erfolgreich werden, wie jemand, der eine gewisse Grundvoraussetzung mitbringt. Außerdem sollten Sie sich klar machen, dass das Verkaufen etwas ethisch-moralisch Gutes ist. Ich muss es nur sauber machen. Das Gesetz des Universums heißt: „Du bekommst alles im Leben zurück. Wenn du einen Kunden über den Tisch ziehst, wirst du selbst über den Tisch gezogen.“

proontra: Also alles reine Übungssache? Wie kann ich trainieren ein guter Verkäufer zu werden?

Limbeck: Zum Beispiel durch Verkaufstraining-Hörbücher. Außerdem ist jedes Verkaufsgespräch auch ein Trainingsgespräch. Es hilft dabei, sich immer wieder neu auszuprobieren. Je mehr ich trainiere, desto erfolgreicher werde ich und desto mehr Spaß habe ich. Erfolgserlebnisse sind motivierend. Das geht nur übers Tun. Jede Aktion bringt die Motivation.

proontra: Was machen erfolglose Verkäufer falsch?

Limbeck: Meistens geben sie zu früh auf. Viele Verkäufer wollen dem Kunden nicht auf die Nerven fallen, dabei sollten sie ihm zu verstehen geben: „So wie ich mich jetzt einsetze, um Sie als Kunden zu gewinnen, werde ich mich auch einsetzen, wenn Sie mich brauchen.“ Die meisten Menschen lassen sich zu sehr von anderen begrenzen, statt Dinge auszuprobieren. Ich möchte zum Beispiel in den USA sprechen. Viele meiner Kollegen sagen mir, dass es in Amerika bisher noch kein Deutscher geschafft hat. Doch ich sage mir: Jetzt erst recht, nicht in Amerika bin ich schon.

~~~~~

**proontra:** Herr Limbeck, Sie zählen zu den besten drei Verkaufstrainern Deutschlands. Was erwartet das Publikum in Ihren Seminaren?

**Limbeck:** Lernen geht am besten durch Spaß, Entertainment, aber auch durch praxisnahe Beispiele aus dem Leben. In meinen Seminaren vermittele ich nicht nur den theoretischen Teil, sondern ich lebe vor, was ich von einem Teilnehmer erwarte. Ich telefoniere dem Publikum zum Beispiel vor, das macht mich authentisch.

**proontra:** Ihr neues Buch heißt „Nicht gekauft hat er schon. So denken Top-Verkäufer“. Wie sind Sie auf den Titel gekommen?

**Limbeck:** Die meisten Verkäufer leiden unter Verlustängsten. Doch als Verkäufer habe ich nichts zu verlieren, denn „Nicht gekauft hat er schon“.

**proontra:** Die erste Auflage des Buches war sofort vergriffen. Warum ist es so erfolgreich?

**Limbeck:** Das Buch ist leicht zu lesen, verständlich, ehrlich, witzig. Es beschäftigt sich mit dem Thema Selbstbewusstsein und der richtigen Einstellung.

In den vergangenen 25 Jahren habe ich oft festgestellt, dass sich die meisten Verkäufer dem Kunden gegenüber noch immer minderwertig fühlen. Haben sie beispielsweise einen Termin mit dem Einkaufschef oder einem Geschäftsführer, fühlen sie sich oft wie das Kaninchen vor der Schlange. Sie messen dem Titel auf der Visitenkarte zu viel Bedeutung bei. Dabei sollten sie sich freuen, dass sie mit dem Geschäftsführer zusammen sitzen, denn das bedeutet: größeres Budget, schnellere Entscheidung, sofortiger Auftrag. Wer auf gleicher Augenhöhe mit dem Kunden verhandelt, ist ein guter Geschäftspartner. Die meisten Verkäufer sehen sich jedoch als Bittsteller. Dabei signalisiert ein starker Verkäufer ein starkes Produkt und eine starke Firma. Ich glaube, dass wir anziehen, was wir ausstrahlen. Durchschnittliche Verkäufer haben durchschnittliche Kunden, mit durchschnittlichen Erträgen. Starke Verkäufer ziehen starke Kunden mit starker Bonität an.

**proontra:** Was kann ich also tun, um die richtige Einstellung zu bekommen?

**Limbeck:** Ich muss mich programmieren. Das bedeutet, seine Ziele aufzuschreiben und sie zu visualisieren. Ich muss mir vorstellen, dass ich meine Ziele schon erreicht habe. Also nicht nur denken, ich will in diesem Jahr 20 neue Kunden gewinnen und 50.000 Euro Umsatz machen. Sondern aufschreiben: „Ich habe 20 neue Kunden gewonnen.“ Und dann loslegen: Lieber 90 Prozent gestartet als zu 100 Prozent gewartet.

**proontra:** Und wenn es mal nicht so gut läuft?

**Limbeck:** In kaum einem anderen Beruf erfahren Sie so viel Ablehnung wie im Verkauf. Diese Ablehnung dürfen Sie nicht persönlich nehmen. Sie müssen sich bewusst machen, dass trotz aller Erfolgsquoten auch Misserfolge dazu gehören. Diese sind sogar wichtig, denn Erfolg allein macht träge und arrogant. Es gilt, aus dem Misserfolg zu lernen und Erkenntnisse daraus zu gewinnen.

Seite 1 2 | Artikel auf einer Seite lesen

★★★★★ 5 Stimmen

Like 18 likes. Sign Up to see what your friends like.

Zu diesem Thema existieren keine weiteren Artikel

## Was meinen Sie?

 Name \* E-Mail (wird nicht angezeigt) \* Website

abschicken

Suchen

proontra-Umfrage

Welche Aussage beschreibt Ihrer Meinung nach die HMI-Sex-Party am besten?

▲ Umfrage Archiv

aktuelle Ausgabe



Bilanz-Check: Lebensversicherer |  
Stabile PKV-Beiträge | US-Solarfonds |  
AIFM-Richtlinie | Afrikafonds |  
Beteiligungen: Branchen-Handbuch  
2011 | Abo