

# Verkäufer mit Sieger-Gen

Auf den Hardseller der 60er- und 70er-Jahre folgten die Softseller. Nun ist die Zeit für den neuen Hardseller angebrochen. Er bekennt sich selbstbewusst zu dem, was er ist: Verkäufer.

von Martin Limbeck

**D**ie heutigen Märkte verlangen nach einem Verkaufskonzept, das die konsequente Zielausrichtung auf den Abschluss mit dem für eine langfristige Kundenbindung notwendigen Beziehungsmanagement verbindet. „Das neue Hardselling“ sorgt dafür, dass der Verkäufer in keiner Gesprächssituation beim Kunden den ur-eigensten Zweck seines Berufs vergisst: das Verkaufen. Es befähigt ihn, zielgerichtet zu akquirieren, konsequent den Abschluss zu suchen und Kunden optimal zu binden. Es vermittelt ihm das Selbstbewusstsein für ein souveränes Auftreten, denn nur ein selbstbewusster Anbieter gibt dem Kunden das Gefühl, mit einem Gewinner zusammenzuarbeiten.

## WAS DEN NEUEN HARDELLER AUSZEICHNET

Den Hardseller alten Typs kennzeichneten das mangelnde Interesse am Kunden, eine fehlende Identifikation mit dem Produkt oder der Leistung und die Strategie des schnellen Einmalgeschäfts. Dagegen rückt beim neuen Hardseller ein großes Interesse am Bedarf, den Wünschen und auch der Person des Kunden in den Vordergrund. Er besitzt das für eine qualifizierte Nutzenargumentation notwendige Produkt-Know-how und betrachtet sich und den Kunden als gleichberechtigte Verhandlungspartner. Er sieht im Verkaufen nicht nur einen Beruf, sondern seine Berufung und pflegt einen intensiven Austausch mit seinen Kunden, die er langfristig an sich binden will. Fünf entscheidende Erfolgsfaktoren bestimmen das Denken und Handeln des neuen Hardsellers:

**Spaß:** Haben Sie den siebenmaligen Formel-1-Weltmeister Michael Schumacher schon einmal bei der Siegerehrung beobachtet? Auch nach unzähligen Grand-Prix-Siegen konnte er sich über einen erneuten Erfolg freuen wie beim ersten Sieg. Genauso freut sich der neue Hardseller über einen Abschluss, als ob es sein allererster wäre.

**Optimismus:** Er ist zukunftsorientiert, das heißt: Er hat immer ein klares Bild vom positiven Ausgang kommender Aufgaben vor seinem geistigen Auge. So stellt er sich ganz plastisch schon vor Beginn seines nächsten Gesprächs vor, wie sein Kunde den Auftrag unterzeichnet. Eine positive Lebenseinstellung und die totale Identifikation mit dem eigenen Beruf sind die Basis, aus der heraus er sich immer wieder selbst motiviert.

**Klare Ziele:** Er übersetzt seine Visionen, Wünsche und Bedürfnisse in klar definierte Ziele nach der S-M-A-R-T-Formel: spezifisch – motivierend – aktionsauslösend – realistisch – terminiert. Er verfolgt seine Ziele hartnäckig, weil er der Beste sein will.

**Eigenmotivation:** Sie ist das Blut, das durch seine Adern fließt. Er fragt sich immer wieder: „Was will ich (noch) er-

reichen?“ Er will und wird im Leben immer mehr erreichen als durchschnittliche Verkäufer, und das mit einer gehörigen Portion Spaß, denn er sieht seine täglichen Aufgaben nicht als Pflicht, sondern als Kür. Niederlagen betrachtet der neue Hardseller als kostbare Erfahrung auf dem Weg zum nächsten Erfolg.

**Persönlichkeit:** Er hat eine der wichtigsten Voraussetzungen des Verkäuferberufs verinnerlicht: Man muss Menschen mögen – die vier Ms. Er kommt täglich mit den

unterschiedlichsten Menschen zusammen. Er sieht seine dringendste Aufgabe darin, diese Menschen zu gewinnen, erst für sich selbst, dann für das Unternehmen und dann für sein Angebot, sein Produkt oder seine Dienstleistung.

Die Kunden des neuen Hardsellers schätzen seine Ehrlichkeit und Fairness, sie honorieren seine Aufrichtigkeit und Offenheit mit Vertrauen. Er betrachtet das Verhältnis zu sei-

nen Kunden als eine von gegenseitigem Respekt geprägte Partnerschaft, die weit über den Abschluss hinausreicht und dauerhaften Bestand hat. Er bringt es selbstbewusst auf den Punkt: „Guten Tag, ich bin Verkäufer und will Ihnen etwas verkaufen.“



Martin Limbeck ist der Hardselling-Experte unter den Verkaufstrainern in Deutschland. Im vergangenen Jahr wurde er für sein Konzept mit dem Internationalen Deutschen Trainingspreis in Bronze in der Kategorie Verkauf/Vertrieb ausgezeichnet. Limbeck ist Mitglied im Club 55. Kontakt: [motivation@ml-trainings.de](mailto:motivation@ml-trainings.de)