

+ Kapitalanlage + Versicherung + Investment + Finanzierung +

Vertriebserfolg

**Interessante Perspektiven, erfolgreiche Strategien und motivierende
Ideen für Vermittler und Berater!**

www.wmd-brokerchannel.de

Printausgabe

Ausgabe Oktober 2011 - 10 €



Erfolg ist Einstellung – Die wichtigsten Prinzipien des Verkaufens

Beitrag von Martin Limbeck,
"Der Hardselling-Experte"



Wenn der frisch gebackene Versicherungsnehmer den freundlichen Versicherungsvertreter zur Tür begleitet, wenn er sie hinter ihm schließt, sich am Kopf kratzt und sich fragt, warum er jetzt so unsicher ist, ob er bei der Glasversicherung in der neuen Hausratversicherung nicht doch ein wenig mehr Widerstand hätte an den Tag legen sollen und ob er jetzt nicht doch ein wenig überversichert ist, dann ist mal wieder ein ungeschriebenes Gesetz gebrochen worden.

Verkäufer müssen ein für allemal begreifen, dass sie erstens nicht dazu da sind, dem Kunden sein Geld wegzunehmen und dass sie zweitens nicht die Aufgabe haben, ihn zu betreuen. Gute Verkäufer sind nicht Betrüger von Beruf und sie haben auch keine Mission zur Kundenbeistandschaft.

Eine Beziehung auf Augenhöhe: Gerechtigkeit und Gegenseitigkeit als Basis des Erfolgs

Was also tun sie stattdessen? Sie bieten einen Deal an, einen Vertrag auf Gegenseitigkeit. Do ut des, wie der Lateiner sagt: Ich gebe, damit du gibst. Spitzenverkäufer geben und nehmen, der Kunde nimmt und gibt. Beide müssen auf freiwilliger Basis

etwas beitragen, beide haben etwas davon. Das ist eine offene, transparente, faire, gerechte Sache, die auf eine langfristige Festigung der Beziehung angelegt ist. Gegenseitigkeit ist ein uraltes Prinzip, das nicht nur eine Rechtsformel für gegenseitige Verträge, sondern ein Grundsatz für jede soziale Gemeinschaft ist, die länger als einen halben Tag Bestand haben soll: Es ist das Reziprozitätsprinzip. Ich und Du, wir geben uns darauf die Hand, wir machen einen Handel. Und wir machen ihn so, dass wir uns beim nächsten Treffen wieder in die Augen schauen können.

Gerechtigkeit und Gegenseitigkeit sind die Basis unserer Kultur. Etwas schuldig geblieben zu sein, den anderen über den Tisch gezogen zu haben, ist ein unangenehm kaltes Gefühl. Ich persönlich gehe lieber zehnmal zum Kunden und kann mich jeden Abend im Spiegel angucken, als dass ich nur einmal hingehe, absahne und mich dann weder beim Kunden noch im Spiegel mehr blicken lassen kann.

Hoffnung ist aufgeschobene Enttäuschung – Die positive Einstellung entscheidet

Wenn ein Top-Verkäufer etwas verkauft, ist er geradeheraus.

Was die Einstellung der besten Verkäufer außerdem ausmacht: Fokus. Zielorientierung. Entschlossenheit.

Wenn Sie zum Kunden gehen, was nehmen Sie zu ihm mit? Ja, natürlich Ihr Fachwissen. Logisch, das ist das Fundament, auf das Sie bauen können. Und Ihre Verkaufsunterlagen. Und Ihr Wissen über den Kunden, von A wie Aufgabengebiet bis Z wie Zigarettenmarke. Und ein Outfit, das Sie als Verkäufer verkauft, der ernst genommen wird. Und eine positive Einstellung, die Entschlossenheit auf einen Abschluss. Wichtig dabei ist: Sie hoffen nicht. Sie sind entschlossen! Hoffnung ist aufgeschobene Enttäuschung.

Die Form von Optimismus, die Sie zum Kunden mitnehmen, ist freudige Entschlossenheit. Der Fokus auf das Verkaufen, auf das Ergebnis, auf den Abschluss. Wenn Sie davon überzeugt sind, dass es gut ist für den Kunden, bei Ihnen zu kaufen, dann wollen Sie um alles in der Welt einen Abschluss, und Sie tun voller Freude

alles dafür, was nötig ist, um diesen Abschluss zu machen. Voller Freude, die Sie ausstrahlen.

Die typischen Verkaufsmannschaften in Unternehmen sind lebende Leichen mit gefrorenen Gesichtern und zaghafter Körpersprache. Bei Ihnen herrscht regelmäßig Beerdigungsstimmung, aber viel zu selten Spaß. Gerade aus der Ernsthaftigkeit entspringt Freude. Verkaufen ist kein Spielplatz, sondern das solide Fundament einer Existenz. Verkaufen ist nicht kühl, technisch, mechanisch, sondern hoch emotional und leidenschaftlich.

Langfristig schlägt der Fleißige das Talent

Den geborenen Verkäufer gibt es nicht. Jeder gute Verkäufer hat sich den Sinn und Zweck gesucht und selbst gegeben. Wer eine leidenschaftliche Einstellung zu seiner Aufgabe haben will, der kann sich einfach dazu entschließen. Verkaufen muss begeistern. Der Kunde muss Spaß mit Ihnen als Verkäufer haben. Und Sie selbst müssen mindestens genauso viel Spaß haben! Wenn der Kunde das erste Mal gelacht hat, kauft er. Verkaufen ist eine emotionale Sache. Der Verstand findet hinterher immer eine passende Begründung für die Entscheidung unserer Gefühle. Emotion siegt immer über die Ratio. Vergessen Sie alle Ihre sorgfältigen Argumentationsketten, wenn Sie keinen Spaß daran haben! Wenn Sie sich dafür entschieden haben, beim Verkaufen Spaß zu haben, dann gewinnen Sie so oder so, egal wie das Spiel läuft. Dann treten Sie schon vornherein als Sieger auf.

Sie sind nicht der Piranha im Amazonas

Verkaufe nicht alles! Verkaufe nur etwas, hinter dem du stehst. Ich



muss mich mit dem Produkt, mit dem Kunden und mit mir selbst identifizieren können. Produkt, Kunde, selbst. Erstens, zweitens, drittens.

Eine Luftblase, mit der Kunden geschröpft werden, überbeuerte oder mangelhafte Produkte, das sollen ehrliche Verkäufer nicht verkaufen. Da liegt dann die Größe im Verzicht. Das ist der erste Punkt. Der zweite: Wenn Ihnen Menschen gegenüber sitzen, die Sie bewusst nicht verstehen wollen, die Freude daran haben, Sie auflaufen zu lassen und ihre vermeintliche Macht als Kunde Ihnen gegenüber ausspielen wollen: Steigen Sie aus! Und drittens: Gehen Sie nur dann verkaufen, wenn Sie mit sich selbst im Reinen sind.

Es ist ein Irrglaube, dass ein richtig guter Verkäufer alles verkauft. Ein richtig guter Verkäufer ist kein Betrüger, deshalb verkauft er beispielsweise keine Immobilienfinanzierung, die sich der Käufer nur dann leisten kann, wenn er Glück hat und sich die Immobilienpreise überdurchschnittlich gut entwickeln.

Wie gut ein Verkäufer ist, das sehen Sie nicht am kurzfristigen Umsatz, sondern an der langfristigen Rentabilität, am Ergebnis. Einen guten Verkäufer erkennen

Sie, wenn Sie mit seinem langjährigen Kunden an der Hotelbar sitzen, und der voller Respekt von ihm spricht. Dass dabei über die Jahre sehr viel Geld umgesetzt worden ist, ist selbstverständlich. Verkaufen ist auf Nachhaltigkeit angelegt: Langfristige Zusammenarbeit mit dem Kunden auf Augenhöhe. Stetiges Geben und Nehmen im ausbalancierten Verhältnis. Martin Limbeck bricht ein Tabu: Über Erfolg spricht man nicht. Doch Martin Limbeck ist anders. Er ist stolz auf seinen Weg vom Jungverkäufer zum gefeierten Vertriebsspezialisten. Als Trainer und Speaker gehört »der neue Hardseller« heute zu den Top-Acts der Szene. Durch Cleverness, Mut, Ehrlichkeit und eiserne Disziplin hat er in wenigen Jahren erreicht, wozu andere Jahrzehnte brauchen.

Und so wie er sein Wissen als Trainer und Referent teilt, so teilt er in diesem Buch die Geheimnisse seines Wegs an die Spitze. Dämpfer und Nackenschläge machen härter, Triumphe und Spitzenleistungen spornen an. Aus Niederlagen Chancen, aus Chancen Erfolge machen und dabei stets Mensch bleiben: Martin Limbeck weiß, wie es geht und er spricht darüber. Ein Mann wird zur Marke: markig, markant, Martin Limbeck.

Mehr Infos auf www.martinlimbeck.de