

Wissen+Karriere

Magazin für Persönlichkeitsentwicklung, Motivation, Aus- und Weiterbildung

Nicht gekauft hat er schon

Martin Limbeck, Deutschlands Hardseller Nr. 1,
weiß, wie Top-Verkäufer denken.



Klartext bleibt Mangelware

Kommunikationsexperte
Ulrich Stockheim und
die zehn Gebote für eine
gelungene Debatte



Mehr als bloß ein Job

Carmen Schön: Wie Sie
als Führungskraft
unternehmerisch denken
und handeln



Präsentieren mit der Kraft der zwei Hirne

Gerriet Danz: „Orientieren
Sie sich beim Präsentieren
an den Top-
Techniken der Werbung!“





Martin Limbeck: Ehrlich, effizient, erfolgreich

Fast schon overdressed wirkt Martin Limbeck, wenn er den Seminarraum betritt. In feinen Zwirngewand. Maßanzug, Einstecktuch, Manschettenknöpfe mit seinem Logo gebrandet. Seine Präsenz füllt den Raum, noch bevor er seine Begrüßungsformel spricht, und sein Publikum ist mit einem Mal hellwach. Alle sind gespannt auf das, was kommt und ob der Mann dem Ruf gerecht werden kann, der ihm vorausseilt.

Nach kaum fünf Minuten hat Martin Limbeck den Saal in seinen Bann gezogen. Mit seiner einzigar-

tigen Mischung aus motivierender Ansprache, einprägsamem Know-how und breitenwirksamem Humor gewinnt er seine Zuschauer. Allen wird klar: Da steht einer von uns – einer, der es geschafft hat. Und was für Martin Limbeck funktioniert, kann auch für mich funktionieren.

Limbeck überzeugt mit Praxisbezug, Know-how und Humor

Sein Ton ist verbindlich, wenn auch gelegentlich etwas direkt. Bekommt er auf eine Frage keine Antwort, pickt er sich jemanden heraus und kom-

mentiert fachliche Unsicherheit mit Kritik und charmantem Humor. Doch er stellt nicht bloß. Alle im Saal wissen instinktiv: Ich bin genauso, aber mich hat er zum Glück nicht gefragt.

Schon bald hängt das Publikum an seinen Lippen. Limbecks Praxisbezug überzeugt. Gebannte Aufmerksamkeit, Erstaunen, Aha-Effekte und befreiendes Lachen – die Gesichter der Zuhörer spiegeln wider, dass Martin Limbeck alles richtig macht, wenn er die Bühne „rockt“. In den Pausen übt sich Martin Limbeck nicht im Gruppen-

kuscheln.
Er steht für Fragen gerne zur Verfügung, nutzt die Zeit aber auch, um zu arbeiten. Er telefoniert, simst, mailt und demonstriert damit: Ein Verkäufer ist immer im Dienst.

Jetzt legt Limbeck das Sakko ab, krepelt die Ärmel auf und elektrisiert mit seinem Elan auch den letzten Winkel des Raums. Beifall brandet auf, als er seinen Vortrag beendet

und ein bisschen wundert man sich, dass niemand eine Zugabe verlangt.

Langfristig überholt der Fleißige immer das Talent

Martin Limbecks Geschichte ist eine klassische Selfmade-Story. Auf der Schule eher interessierter Beobachter als engagierter Mitarbeiter, zeigt Limbeck erst später, was wirklich in ihm steckt. Nach der Mittleren Reife geht er in die USA, um dort einen High School-Abschluss zu machen und erlebt die amerikanische Macher-Mentalität aus erster Hand. Fast jeder seiner Mitschüler hat einen Job und verdient sein eigenes Geld.

Dadurch motiviert, beginnt er im Sommer Rasen zu mähen und im Winter Schnee zu schaufeln. Sein Lohn ist nicht hoch, aber schnell kommt eine ansehnliche Summe zusammen. In den USA lernt Limbeck, dass der Erfolg nicht vom Himmel fällt, dass aber jeder Erfolg haben kann, der ihn wirklich will und bereit ist, viel dafür zu geben.

In den Staaten reift eine Einsicht, die heute sein Credo ist: Auf Dauer überholt der Fleißige das Talent.

Zurück in Deutschland macht Martin Limbeck eine Ausbildung als Groß- und Außenhandelskaufmann und zum Fachkaufmann für Marketing und entdeckt seine Leidenschaft für den Verkauf. Er heuert als Verkäufer für Faxgeräte und Kopierer an – eine Vertriebsschiene, auf der viele anfangen und nicht wenige enden. Aber Martin Limbeck will mehr. Er meistert die Klippen der Kaltakquise und stählt seine Kompetenz als Verkäufer und Kommunikator.

Ehrlich, diszipliniert, konsequent und polarisierend

Schon bald steigt Martin Limbeck auf zur Führungskraft. Doch jetzt möchte er Trainer werden

betet, bildet er sich beständig fort: NLP, Transaktionsanalyse und andere Konzepte – vieles probiert er aus und macht das Beste aus allem für sich nutzbar. Wissen ist nichts, wenn es nutzlos im Kopf lagert. Erst muss es in einen hinein und dann an den Mann.

Seit 1993 verdient Martin Limbeck sein Geld als selbstständiger Trainer. 2000 gründet er seine eigene Firma, das Martin Limbeck Trainings® Team. Er kann es sich leisten, den in seinen Augen geraden Weg zu gehen: ehrlich, diszipliniert, konsequent und stetig polarisierend. Das ist kein leerer Nimbus, den er wie einen Schild vor sich herträgt.

Nach seinem Erstlingswerk „Siegerstrategien für Verkaufsprofis“ im Jahr 2002 erscheint drei Jahre später Limbecks erster Bestseller: „Das neue Hardselling – Verkaufen heißt verkaufen“ und wird ein Riesenerfolg. Mittlerweile ist das Buch ein Klassiker der Verkaufsliteratur und in der vierten Auflage erschienen – erweitert um Führungstipps im Verkauf. Sein zweiter großer Wurf steht druckfrisch in den Läden und war in der ersten Auflage allein durch Vorbestellungen schon ausverkauft. „Nicht gekauft hat er schon –



Der Speaker Martin Limbeck: „Nur jemand, der selbst brennt, kann das Feuer in anderen entfachen.“

und anderen mit seinem Know-how helfen, besser zu werden. Während er bereits als Trainer ar-

So denken Top-Verkäufer“ erzählt Limbecks Geschichte von den Anfängen als Verkäufer von

Kopiergeräten bis zum heutigen Tag, an dem er an über zehn Buchveröffentlichungen mitgewirkt hat.

Akquise, Empfehlungsmarketing, Social Media: Verkaufserfolg ist wie eine gute Tasse Kaffee

Zu Limbecks Erfolgsbausteinen zählen seine Kommunikationsfähigkeit und sein Wissen um die Begeisterung für die neuen Medien. Er gehört zu den wenigen Trainern und Speakern, die die gesamte Palette des Web 2.0 nutzen, um ihre Message zu verbreiten. Damit erzeugt er im Internet eine Transparenz, die Vertrauen schafft und andere für den Typ und die „Marke Limbeck“ begeistert. Die Zahlen von 5.500 Freunden auf Facebook, über 30.000 Followern bei Twitter und über 64.000 Seitenaufrufen bei XING sprechen für sich. Über 800.000 Mal wurden seine Filme im Internet aufgerufen, bis Youtube ihn zum offiziellen Partner machte. Seine Hardselling-Gruppe bei XING, seine sechs Webseiten und sein Blog tun ihr Übriges, um Martin Limbeck im Fokus zu halten. Die wenige Freizeit, die Martin Limbeck bleibt, gehört seiner Familie, seinem Hobby, dem Angeln und seiner Leidenschaft, der Eintracht aus Frankfurt. Wann immer er kann, besucht er zumindest die Heimspiele seines Teams und fiebert mit,



Praxisbezug pur: Martin Limbeck interagiert mit seinen Zuschauern.

wenn das runde Leder in der Commerzbank-Arena läuft. Mit dabei ist immer sein Sohn, Limbecks wichtigster Bestandteil im Leben. In seinem Haus in Königstein kommt er zur Ruhe und wenn er zwischendurch Zeit findet, gönnt er sich ein paar Tage am Niederrhein in seinem Ferienhaus. Martin Limbeck, der aus einfachen Bergarbeiterverhältnissen stammt, ist trotz seiner Erfolge bodenständig geblieben.

Lange hält es ihn ohnehin nicht in der Idylle. So sehr er sie auch liebt. Schnell fehlen ihm die Ge-

schäftigkeit und der positive Stress seines Berufs und seiner Berufung. Er weiß: Das regelmäßige Dranbleiben und Akquirieren sind die Basiselemente des Spitzenverkaufs. Verglichen mit einer guten Tasse Kaffee bedeutet das: Der Kaffee ist die Akquise, der Milchschaum das Empfehlungsmarketing und die Schokoladensträusel stehen für Social Media. Das Eine kann das Andere niemals ersetzen. Limbeck ist der beste Beweis: Wer sich selbst nicht verkaufen kann, kann auch anderen den Verkauf nicht beibringen. So ist Martin Limbeck, wie er liebt, lebt und verkauft.

Weiterbildung verkauft: Die Einstellung macht den Unterschied

Das Martin Limbeck Trainings® Team schult E-Plus-Verkäufer mit großem Erfolg

Mobilfunkverträge werden immer flexibler, günstiger und scheinbar austauschbarer. Für den Kunden bietet die Konkurrenz am Markt viele Vorteile. Mobilfunkanbieter dagegen stehen regelmäßig vor der Herausforderung, den Mitbewerbern zu trotzen. Es geht darum, das beste Paket für die Bedürfnisse des Kunden zu schnüren. Und das setzt sich nicht nur aus dem Preis zusammen, sondern vor allem aus den Leistungen, der Qualität und dem Service. Besonders im Businessbereich setzen Unternehmenskunden auf gute Beratung und beste Qualität. Doch der

Kampf um den Kunden ist gerade in den letzten fünf Jahren härter geworden. Studien zufolge genießen Mobilfunkanbieter wenig Vertrauen beim Kunden, da jeder Kunde das Gefühl hat, zu viel Geld zu bezahlen.

E-Plus gehört zu den größten und erfolgreichsten Anbietern im deutschen Mobilfunkmarkt. Im Privatkundenbereich hält das Unternehmen schon lange Schritt mit T-Mobile, Vodafone und O2. Das Gleiche gilt auch für den Geschäftskundenbereich, nur stehen dort ganz andere

Größenordnungen und auch andere Ansprüche im Raum. Ein Mobilfunkanbieter muss Preisnachlässe gewähren und guten Service zusichern. Aber bieten die großen Unternehmen am Markt wirklich alle eine individuelle, persönliche Betreuung, indem sie für einzelne Kunden regelmäßig die Verträge optimieren, sie kompetent beraten und auch mal auf eine günstigere Variante umsteigen, wenn es dem Kunden zugute kommt? Genau hier hat das Martin Limbeck Trainings Team im vergangenen Jahr mit einem neunmonatigen Seminar neu angesetzt – mit großem

Erfolg: Umsätze und Motivation sind deutlich gestiegen.

So viel Praxis wie möglich, so viel Theorie wie nötig

Nachdem die Zusammenarbeit schon zwischen 2000 und 2007 sehr gut funktioniert hat, entschied sich E-Plus auch 2010 wieder für Martin Limbeck und sein Team. „Wir haben ein umfangreiches Maßnahmenpaket zur Neuausrichtung des Geschäftskundenbereiches durchgeführt. Es war dabei von Anfang an klar, dass wir diese groß angelegte Neuaufstellung, die eine Neupositionie-

le Anreize zu locken bzw. neu zu gewinnen, setzte E-Plus ab sofort auf Service in der höchsten Qualität. Die zuständigen Sachbearbeiter beobachten regelmäßig das Telefonverhalten der Mitarbeiter des jeweiligen Unternehmens und passen die Leistungen regelmäßig an die individuellen Bedürfnisse an. „BASE Professional“ zeichnet sich dadurch aus, dass es grundsätzlich keine Vertragsverpflichtungen gibt. Kunden können zu jedem Zeitpunkt Tarifoptionen ab- oder dazu wählen bzw. den Vertrag komplett auf null Euro reduzieren. Die Kundenbindung erfolgt seitdem über Lösungsverkauf, Produktqualität, Service

Vom Kick-Off in der Frankfurter Commerzbank-Arena bis zur Nachhaltigkeit durch Webinare

Das Trainingskonzept lief in Intervallform ab und bestand aus drei Seminarstufen an jeweils zwei Tagen. Die Mitarbeiter wurden in Großgruppen zu jeweils 18 Teilnehmern aufgeteilt. Die Gruppen der erfolgreichsten Verkäufer setzten die Benchmark für alle Mitarbeiter.

Ziel der Gruppenbildung war, dass die Personalentwicklung und die Teamleiter möglichst homogene Gruppen schaffen wollten. Außerdem war es



Eloquent, fordernd, sympathisch: Martin Limbeck im Kick-off bei E-Plus.

ung, entsprechende Organisationsmaßnahmen, ein neues Entlohnungsmodell und ein erweitertes Produktportfolio enthält, nur zum Erfolg führen können, wenn wir die Mitarbeiter abholen, mitnehmen und für die Veränderungen nachhaltig begeistern“, so Thomas Lang, der Bereichsleiter des Geschäftskundenbereiches bei E-Plus. Die Kernthese des Limbeck-Ansatzes, dass die Eigenverantwortung der Mitarbeiter aktiviert werden müsse, habe auch bald die „harten Fakten“ wie Produktivität und Wertbeitrag zweistellig gesteigert, weiß Lang heute. Revolutionär und mit tiefgreifenden Veränderungen verlief die Planung und Umsetzung zum neuen Produkt „BASE Professional“. Damit übernahm E-Plus eine Vorreiterrolle im Mobilfunkmarkt. Bis dahin war die Kaufentscheidung des Kunden abhängig von den Zuschüssen. Statt die Kunden nur über finanziel-

und Dienstleistung und nicht durch Vertragslaufzeiten und Subventionen.

Das Ziel von E-Plus war, sich gerade im Businessbereich weiterzuentwickeln. Das Unternehmen will seine Marktanteile ausweiten, alte Kunden noch mehr begeistern und neue hinzugewinnen. E-Plus setzt auf Weiterbildung.

Gemeinsam mit dem Martin Limbeck Trainings Team führte das Unternehmen zwischen April und November 2010 eine mehrstufige Weiterbildungs- und Entwicklungsphase durch, deren Ergebnisse nicht nur überzeugen, sondern auch absolut messbar sind. Unter dem Leitsatz „So viel Praxis wie möglich, so viel Theorie wie nötig“ wurde das Primärziel „Ausbau der Marktpräsenz mit weniger Mitarbeitern“ erreicht.

auf diese Weise möglich, das Gesamtkonzept in Teilbereiche wie „Das qualifizierte Kundengespräch“, „Mit Kreativität und Abschlussfokus zum Verkaufserfolg“ und „Erfolgreiche Akquisition“ mit einzelnen Zwischenzielen zu unterteilen.

Beteiligt bei E-Plus war der gesamte verkaufssaktive Geschäftsbereich Direct Sales, zu dem Außendienstmitarbeiter, Teamleiter und Regionalleiter zählen. Die Zielvorgaben wurden eindeutig formuliert: Man wollte in 2010 das neue Tarifmodell „BASE Professional“ und ein neues Vergütungsmodell mit neuen Zielvorgaben einführen und umsetzen. In Zahlen bedeutet das: Der Marktanteil sollte ausgebaut und der Anteil der Vertragsabschlüsse bei Neukunden, die so genannten Gross Adds, um 15 Prozent gesteigert werden.

Das Martin Limbeck Trainings Team führte im Vorfeld ausführliche Interviews mit den Team- und Regionalleitern sowie mit der Personalentwicklung. Die Zielorientierung bewirkte, dass umgehend eindeutige Prozess- und praxisorientierte Handlungsalternativen entwickelt werden konnten. Gestartet wurde mit den Best-Performern, deren Erfahrungen und Erfolgsmuster in alle anderen Gruppen transferiert wurden. Alle Erkenntnisse wurden dann an die Führungskräfte vermittelt.

Transparenz und Austausch zwischen Mitarbeitern, Führungskräften und Trainern

Die expliziten Teilnehmerziele wurden vor jeder Seminarstufe individuell zwischen dem Teilnehmer und seiner Führungskraft festgelegt und dokumentiert. Ausgangsbasis für diese Zielfestlegung war die im Vorfeld bestimmte und bekannte Agenda für das Seminar. Vor jeder Seminareinheit fand ein Zielvereinbarungsgespräch zwischen Führungskraft und Verkäufer statt. Die jeweilige Zielerreichung wurde dabei dokumentiert und dem Trainer zur Feinjustierung des Seminars übermittelt. Die Kommunikation zwischen den Führungskräften und den Trainern war intensiv und regelmäßig. Nach jedem Seminar gab es ein sofortiges, gegenseitiges Feedback. Zusätzlich fand zwischen den Seminarstufen ein Round Table-Gespräch statt, um die Nachfolgestufen inhaltlich festzulegen. Die regelmäßigen Webi-

nare sicherten zusätzlich die Nachhaltigkeit zwischen den einzelnen Seminarstufen. „Martin Limbeck und sein Team haben die Trainingsreihe optimal unterstützt. Martin Limbeck überzeugt durch Persönlichkeit und ist für viele Trainingsteilnehmer ein Vorbild als Top-Verkäufer. Das Thema Nachhaltigkeit der Trainings war dem Martin Limbeck Trainings Team und uns als Unternehmen sehr wichtig: Hier wurden durch die Intervallform der Trainings, die Vorgespräche und Webinare sowie die Trainerhotline gute Ergebnisse erreicht“, so Julia Hillmann, Leiterin Training & Development Support bei E-Plus.

Dem Martin Limbeck Trainings Team ging es bei der Maßnahme vor allem darum, dass jeder von jedem lernen kann. Lösungsweg, Einstellung, Sprachmuster und Verkaufsrhetorik wurden von den erfolgreichsten Gruppen in die Arbeitstechniken aller anderen Teilnehmer eingearbeitet. „Entscheidend sind die individuellen Lösungswege, je nachdem, in welcher Branche und bei welchem Kundentyp ich verkaufe. Top-Verkäufer müssen eine Bedarfsanalyse erarbeiten, sodass sie die wahren Wünsche, Motive und Hoffnungen ihres Kunden kennen. Diese persönlichen Muster haben wir mit E-Plus erarbeitet“, so Martin Limbeck. Und Rolf Bielinski, der zweite Trainer aus dem Team von Martin Limbeck, fügt hinzu: „Nachdem die Verkäufer ihre Einstellung geändert hatten und positiver auf den Kunden

zugegangen sind, merkten sie recht schnell, dass individuelle Erfolge nicht lange auf sich warten lassen. Lösungsverkauf im Mobilfunk ist reproduzierbar und erfolgreich. Das haben wir bewiesen.“

Motivation, Spaß und Disziplin: Die Einstellung entscheidet

Alle Mitarbeiter von E-Plus, die an der Weiterbildungsmaßnahme teilnahmen, konnten die Trainer-Hotline kontaktieren, um individuelle Themen auch nach oder zwischen den Seminaren persönlich zu besprechen. Der ständige und offene Kontakt zwischen Trainer und Teilnehmer steigerte die Transferleistung und trug zusätzlich zur Nachhaltigkeit bei. Durch den intensiven Austausch zwischen Teilnehmern, Führungskräften und Trainern werden die Lösungswege schnell, optimal sowie prozess- und praxisorientiert umgesetzt. Alle Beteiligten verfolgen das gleiche Ziel, sind ständig auf dem gleichen Erfahrungsniveau und legen weitere Ziele gemeinsam fest. Getreu Limbecks Motto wissen sie alle: Nicht verkauft haben wir das BASE Professional-Paket schon. So erarbeiten sie sich eine Einstellung, die das Projekt fördert und die zu Motivation, Spaß und Erfolg beiträgt.

Denn die Einstellung ist es, die darüber entscheidet, ob Verkäufer ein neues Produkt oder neue Arbeitstechniken akzeptieren und dementspre-



Verlauf der Vertragsabschlüsse von BASE Professional: Der Aufwärtstrend ist deutlich erkennbar.

chend anwenden können und sie ist letztendlich die Basis für langfristigen Erfolg. Spätestens, wenn die Kundenbindung zunimmt, die Motivation sichtlich ausgeprägter ist und das eigene Einkommen steigt, wandelt sich die anfängliche Zurückhaltung der Mitarbeiter in große Begeisterung. Höhere Motivation, mehr Kunden, höheres Einkommen, größerer Unternehmenserfolg. Der Spitzenverkauf ist ein Kreislauf, der ohne die richtige Einstellung niemals in Gang gesetzt werden kann. Das hat sich auch bei den Mitarbeitern von E-Plus gezeigt, die an der Weiterbildungsmaßnahme mit dem Martin Limbeck Trainings Team teilgenommen haben. „Die Trainingsmaßnahmen waren ganzheitlich und durchliefen alle Mitarbeiterstufen in unserem Verkaufsbereich. Die ausgeklügelte Methode von Martin Limbeck und Rolf Bielinski hat uns überzeugt und zum Erfolg der Neuausrichtung der Geschäftskundenaktivitäten bei E-Plus erheblich beigetragen“, so Thomas Lang.

Der Erfolg ist messbar – Der Anstieg der Neukunden von E-Plus spricht für sich

Ob ein solches Weiterbildungsprojekt funktioniert oder nicht, hängt von vielen Faktoren ab. Als Ers-

tes muss die Einstellung aller Beteiligten stimmen. Im zweiten Schritt muss das System für jeden verständlich und nachvollziehbar sein.

Im dritten Schritt ist es die Aufgabe des Trainingsinstitutes, die Umsetzung mit Hilfe verschiedener Tools zu sichern und darauf zu achten, dass alle Teilnehmer die Vorgaben optimal umsetzen. All diese Voraussetzungen erfüllte das Projekt „BASE Professional“. Das Wichtigste allerdings, das Aushängeschild, der Nachweis, dass das Projekt erfolgreich war, ist die Messbarkeit, die sich schwarz auf weiß in Zahlen widerspiegeln muss. Die tollsten Seminare sind wertlos, wenn die Erfolgskontrolle die Ziele nicht bestätigt.

Der Erfolg der Zusammenarbeit zwischen E-Plus und dem Martin Limbeck Trainings Team spricht eine klare Sprache. Die Produktivität konnte um mehr als das Doppelte gesteigert werden. Im Februar 2010 lag die Anzahl der Neukundenabschlüsse bei weniger als 50 pro Verkaufsberater. Seit Mai stiegen die Zahlen konsequent an und liegen seitdem bei einem Durchschnittswert von mehr als 100 Neukundenverträgen pro Mitarbeiter. Während die Verkäufer also mehr Neukun-

denverträge einstreichen und große Erfolgszuwächse verzeichnen konnten, sind die Führungskräfte von der Motivation und den Ergebnissen ihrer Mitarbeiter begeistert.

Der Erfolg der Maßnahme wird also unter anderem durch die Performance-Steigerung sowie der individuellen, erhöhten Zielerreichung der Seminarteilnehmer gemessen und evaluiert. Neben dem allgemein höheren Stimmungsbild von Führungskräften und Verkäufern zeigen auch die ausgewerteten Feedback-Bögen, dass die Maßnahme funktioniert hat. „Die Trainingsmaßnahmen haben dazu geführt, dass unmittelbar ein konstruktiver, optimistischer und selbstmotivierter ‚Schub‘ durch die Mannschaft ging“, so Direct Sales-Leiter Thomas Lang. Gemeinsam mit Martin Limbeck und seinem Trainingsteam konnte E-Plus sein Primärziel, den Ausbau der Marktpräsenz mit weniger Mitarbeitern, erreichen. Und auch die weitere Zusammenarbeit bis heute zeigt, dass es stetig bergauf geht.

Ein Praxisbeispiel aus dem Unternehmensalltag, das zeigt, wie wertvoll Weiterbildung und die Auswahl eines erfolgreichen Trainingsinstitutes ist.

„Nicht gekauft hat er schon – So denken Top-Verkäufer“

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. In seinem neuen Buch zeigt Limbeck den Weg an die Spitze des Erfolgs.

„Nicht gekauft hat er schon“ ist Sachbuch, Roman und Erfolgsreportage zugleich: Storytelling mit Realbezug, unterhaltsame Wissensvermittlung und eine motivierende Persönlichkeitsstudie. Der Autor spricht Klartext und nimmt kein Blatt vor den Mund. Er erzählt von Niederlagen genauso freimütig wie



REDLINE-VERLAG
ISBN: 978-3868812886, 19,99 EURO

er ohne Umschweife von seinem Erfolg berichtet. Dämpfer und Nackenschläge machen härter, Triumphe und Spitzenleistungen spornen an. Aus Niederlagen Erfolge machen und stets Mensch dabei bleiben: Martin Limbeck weiß, wie es geht und er spricht davon.

Durch Cleverness, Mut, Ehrlichkeit und eiserne Disziplin hat er in wenigen Jahren erreicht, wozu andere Jahrzehnte brauchen. Das Buch liefert das Rüstzeug, dem Autor auf einem ganz eigenen und authentischen Weg nachzueifern. Ein Mann wird zur Marke: markig, markant, Martin Limbeck.

„Verlassen Sie sich niemals auf den Zufall. Nehmen Sie Ihre Ziele selbst in Angriff.“

Im Interview mit Martin Limbeck

Martin Limbeck ist ein Mann, der mitten im Leben steht. Fleißig, zielstrebig, erfolgreich. Und er möchte andere Menschen mit seinen Impulsen unterstützen. In seinem neuen Buch „Nicht gekauft hat er schon“ geht es nicht um Verkaufstechniken und Erfolgsstrategien. Es geht um die grundsätzlichen Werte, die für jede Art des erfolgreichen Verkaufs entscheidend sind. Es geht um die richtige Einstellung, um den Umgang mit Erfolgserlebnissen und Rückschlägen, um den Willen, die Disziplin und das konsequente Dranbleiben – auf dem Weg zum Erfolg. Martin Limbeck ist jemand, der weiß, wovon er spricht. Wissen+Karriere zeigt, warum Limbeck nicht nur erfolgreich, sondern auch rundum glücklich ist.

Wissen+Karriere: Viele behaupten, zum Verkäufer müsse man geboren werden. Anders ausgedrückt bedeutet das, dass Menschen, die kein herausragendes Talent besitzen, nicht erfolgreich sein können. Sie sehen das aber ganz anders?

Martin Limbeck: Angeborenes Talent ist Quatsch. Langfristig überholt der Fleißige immer das

Talent. Eine Tatsache, die ich in fast 20 Jahren als Verkaufs- und Motivationstrainer immer wieder bestätigt bekam. In Wahrheit verkaufen wir doch nicht unser Produkt, sondern uns selbst. Sympathie und Leidenschaft sind es, die den Kunden motivieren, bei uns zu kaufen. Wir verkaufen keine schnellen Autos, sondern Lebensqualität. Wir verkaufen keine Alarmanlagen, sondern das Gefühl von Sicherheit. Wir verkaufen keine Schraubbohrer, sondern technische Präzision in höchster Qualität. Wir verkaufen uns und das jeden Tag.

Wissen+Karriere: Sie erleben jeden Tag Führungskräfte und Mitarbeiter im Vertrieb von großen Unternehmen. Was sind aus Ihrer Sicht die größten Schwachstellen im Verkauf?

Limbeck: Die eigentliche Herausforderung liegt in der Führung und in Weiterbildung. Ich kann heute erkennen – und das sage ich nicht mit Arroganz oder Überheblichkeit – wenn der Chef einer Vertriebsmannschaft, die ich trainiere, selber im Vertrieb war oder ob er Controlling-gesteuert ist. Der Punkt ist, dass wir heute oft versuchen, aus Verkäufern Buchhalter zu machen. Und ein Buchhalter ist Buchhalter, weil er gerne mit Statisti-

ken, Tabellen und mit Datenbanken arbeitet. Ein Verkäufer ist ein Chaos. Und meistens sind die guten Verkäufer auch schwierig zu führen. Ich sage nicht, dass wir die nicht überprüfen sollen, damit wir uns verstehen. Aber bitte nur, was wirklich notwendig ist.

Außerdem müssen Führungskräfte heute selbst aktiv werden. Sie müssen nicht etwa besser telefonieren können als die Verkäufer. Aber sie müssen den Hörer als Erster in die Hand nehmen und bei der Telefonparty, so nennen wir das bei uns im Team, selber telefonieren, um von der Mannschaft akzeptiert zu werden. Das hat etwas mit vorleben, mit Leitbild, mit Authentizität zu tun. Erwarte niemals etwas von deiner Vertriebsmannschaft, was du nicht selber bereit bist zu leisten.

Eine weitere Schwachstelle im Vertrieb ist das mangelnde Training. Die einen werden sagen, dass das für einen Verkaufstrainer eine gute Vorlage ist. Aber es ist eine Tatsache. Gute Verkäufer machen Spitzensport. Wie in der Bundesliga oder bei Schifahrern. Wenn ich mir anschau, wie viele Übungsstunden die im Verhältnis zu den Wettkämpfen machen, ist das eine andere Ebene. Der Verkäufer steht jeden Tag im Wettkampf, trainiert aber viel zu wenig. Es gibt nicht die Verkaufstalente, wie es immer wieder propagiert wird. Das sind einige wenige, etwa drei bis vier Prozent der Verkäufer. Deshalb muss es heißen: trainieren, trainieren, trainieren.

Wissen+Karriere: Sie selbst verkaufen sich offensichtlich bestens. Von wem haben Sie am meisten gelernt?

Limbeck: Erfolg kann sich immer nur in einem guten Team einstellen, mit guten Social Media-Partnern und einem gut funktionierenden Netzwerk. Es geht aber vor allem darum, immer weiter zu lernen. Und mein Motto, zu dem mich Niko-



Das wichtigste im Verkauf: akquirieren, akquirieren, akquirieren.



Ein „Nein“ bedeutet „Noch ein Impuls notwendig“.

laus B. Enkelmann inspiriert hat, lautet: Lerne immer von den Besten. Deswegen habe ich nicht nur ein Vorbild, sondern ganz viele. Jeder, auch ich, sollte seinen eigenen Weg, seine eigenen Merkmale, seinen USP finden. Schauen Sie sich also von den Besten das ab, was zu Ihnen passt und setzen Sie es um. Sie werden Niederlagen und Siege erleben. An beidem können Sie wachsen und von beiden sollten Sie lernen.

Wissen+Karriere: Sie selbst sind jeden Tag hellwach und hochmotiviert. Woher nehmen Sie jeden Tag aufs Neue die Energie?

Limbeck: Ich habe eine sehr hohe Adrenalin-Dosis. Mein Job macht mir einfach super viel Spaß – mit allem, was dazu gehört. Ich mag den Spruch nicht, den viele Motivationstrainer drauf haben: „Machst du dein Hobby zum Beruf, dann hast du nicht einen

Tag in deinem Leben gearbeitet.“ Das ist eine schwachsinnige Aussage. Manchmal ist mein Beruf eben ganz schön harte Arbeit. Aber es ist und bleibt genau das, was ich machen will. Es ist einfach die Leidenschaft, und wenn ich dazu noch gutes Feedback bekomme, freut es mich ganz besonders. Das ist meine Motivation, dass ich anderen viel geben kann. Und dazu stehe ich auch noch: Dass ich erstens viel Spaß habe und meine Arbeit auch noch gut bezahlt wird.

Wissen+Karriere: Ihr neues Buch hat eingeschlagen wie eine Bombe. Die erste Auflage war am ersten Tag vergriffen, bei Amazon waren Sie zeitweise auf Rang 4 der Gesamtwertung, direkt hinter den Gesetzestexten. Welche Message möchten Sie mit „Nicht gekauft hat er schon“ rüberbringen?

Limbeck: Verlassen Sie sich niemals auf den Zufall, sondern nehmen Sie Ihre Ziele selbst in Angriff. Mit Fleiß und Disziplin kann jeder erfolgreich werden, egal, wie seine persönlichen Hintergründe sind. Wenn der Zufall auf Ihrer Seite ist, Glückwunsch. Wenn nicht, können Sie genauso erfolgreich werden. Triumphe und Spitzenleistungen spornen an, Dämpfer und Nackenschläge machen härter. Es geht darum, an Niederlagen zu wachsen und aus ihnen Erfolge zu machen. Das hört sich alles einfach an und wurde auch schon tausendmal gesagt: Ich möchte deshalb von mir erzählen.

Ich möchte den Menschen ein Beispiel geben und sie dazu motivieren, ihren eigenen Weg zu finden. Ich berichte von meinen Erfahrungen, meinen Niederlagen, meinem Mut und meiner Begeisterung, die mich stark gemacht haben. Das heißt nicht, dass der Leser es mir gleich tun soll. Es geht nicht um Details, sondern um das Grundsätzliche: Die positive Einstellung zu dem, was ich tue. Durch den persönlichen Faden erfährt der Leser, wie der Limbeck denkt, fühlt und handelt. Er begreift nicht nur rational, sondern auch emotional, worum es geht. Und das bleibt haften, das spornt an. Nutzen Sie den Impuls, den das Buch vermittelt und finden Sie IHREN persönlichen Weg an die Spitze. Dann habe auch ich mein Ziel mit „Nicht gekauft hat er schon“ erreicht.

Weitere Informationen:

www.martinlimbeck.de



Ob Bücher, CDs, DVDs oder die neue App: Martin Limbeck bietet Input auf höchstem Niveau.