



## **DAS NEUE HARDESELLING®** **Verkaufen heißt verkaufen**



### **8-Stufen-Intervall-Verkaufsprogramm**

**präsentiert von Martin Limbeck**

*Wenn es den Unternehmen schlechter geht, steht der Vertrieb unter Druck – Umsätze müssen her (salesBUSINESS).*

*Da Deutschlands Vertriebschefs nicht an den schnellen Aufschwung glauben, muss stärker differenziert, sparsamer geworben und schlauer verkauft werden (Absatzwirtschaft).*

Wenn die Zeichen der Zeit auf Herausforderung stehen, sind neue Lösungen gefragt. Unser Erfolgsprogramm heißt „DAS NEUE HARDESELLING® – Verkaufen heißt verkaufen“. Es richtet sich auf ein konkretes Ziel aus – den Verkaufserfolg. Es stellt die dafür erforderliche Kompetenz in den Mittelpunkt – das professionelle Verkaufen!

Hauptschwierigkeiten des heutigen Wirtschaftslebens: Jede Innovation unterliegt einer schnellen Me-too-Wettbewerbssituation und Marktvorteile lassen sich nur noch kurzfristig sichern. Immer schneller versucht der Wettbewerb uns einzuholen, kopiert oder verbessert sogar unsere Produkte und Dienstleistungen. Eine Marktsättigung ist eingetreten, die den Verkäufer – als wichtigstes Absatzbindeglied in der heutigen Wettbewerbssituation – verstärkt in den Focus treten lässt und somit entscheidend ist für den Erfolg des Unternehmens.

„Der Kampf“ um den Kunden wird heute immer härter ausgetragen. So ist die klare Erkenntnis mittlerweile: Exzellente Verkäufer sind vor allem in schwierigen Zeiten extrem wichtig für ihr Unternehmen. DAS NEUE HARDESELLING® richtet sich hier genau nach den Bedürfnissen des Marktes, indem es Verkäufer dazu befähigt, zielgerichtet zu akquirieren, am Schluss den Auftrag auszulösen und den Kunden optimal zu binden.

Wichtig ist es, Selbstbewusstsein zu erlangen und auszustrahlen, um Ablehnung und Faszination des Verkaufs zu meistern – und eines nicht zu vergessen: dass Verkaufen verkaufen heißt und der Verkäufer den Umsatz suchen muss, um heute für sein Unternehmen, das Produkt, die Dienstleistung und damit für sich selbst erfolgreich zu sein. Je besser er das umsetzt, umso erfolgreicher wird er in Zukunft sein.

Verkaufstrainings haben in den vergangenen Jahren mit kreativen und klangvollen Namen wie Soft Selling, Emotional Selling und Partner Selling stark auf die Gefühlsebene abgehoben. Im Focus stand das emotionale Terrain des Kunden. Die Soft Factors, also seine Gefühle und Wahrnehmungen, bildeten den Mittelpunkt aller Ansätze, das Beziehungsmanagement wurde gepflegt. Mit der Zeit geriet die Hauptsache, das Verkaufen, in den Hintergrund. Für den Verkäufer von heute ist es in umsatzschwierigen Zeiten aber überlebenswichtig, den optimalen Abschluss zu suchen – für seine eigenen Umsätze, Provisionen und damit für die Marge des Unternehmens.

Mit dem NEUEN HARDESELLING® hat Martin Limbeck für Sie ein Trainingsprogramm entwickelt, das Sie aktiv bei Ihrer Hauptaufgabe fördert: Produkte, Dienstleistungen und sich selbst erfolgreich zu verkaufen

Verkauf bedeutet heute, ganz einfach und auf den Punkt gebracht: Unternehmen müssen mit exzellent ausgebildeten Verkäufern im harten Wettbewerb bestehen. Dafür ist DAS NEUE HARDESELLING® konzipiert. Denn wir alle wissen: **In guten Zeiten geht es allen gut, in schlechten nur den Besten.**

Das „Hardselling“ der 60er und 70er Jahre, wie es aus den USA nach Europa herüberschwappte, war ein sehr produktorientiertes Verkaufen. Es versuchte hauptsächlich, das Produkt mit aggressiver Verkaufsrhetorik in den Markt hineinzupressen. DAS NEUE HARDESELLING® ist anders hart – es ist ziel- und auftragsorientiert.

Die Gefahr, in der Beziehungs- und Gesprächsgestaltung beim Kunden, das Verkaufen zu vergessen, ist real und hoch. Doch DAS NEUE HARDESELLING® setzt genau hier an. Es nimmt den Kunden und die eigene Persönlichkeit des Verkäufers mit auf den Weg zum zielgerichteten Verkaufszyklus, ohne zu vergessen, dass das Haupthandwerkszeug des Verkäufers die Argumentationsketten sind und der Mut, die Abschlussfrage zu stellen: „Lieber Kunde, sind wir jetzt im Geschäft? Habe ich Sie, wenn ich alle Ihre Anforderungen erfülle, als Kunden gewonnen?“

**Ihr Nutzen** aus diesem einzigartigen Trainingsprogramm:

Sie lernen, wie Sie

- sich selbst auf den Verkaufserfolg programmieren
- zu neuen Kunden auf höchster Entscheidungsebene kommen
- Aktionen und Reaktionen ihres Kunden gezielt steuern und ihn so intelligent zum Abschluss führen
- Verkaufsgespräche aktiv führen und Ihre Kunden mit starken Argumenten überzeugen
- sowie Ihre überzeugten Neukunden zu begeisterten Stammkunden machen

DAS NEUE HARDESELLING® basiert auf einem 8-Stufen-Intervall-Trainingsprogramm, das sich dadurch auszeichnet, zeitgerecht auf die Bedürfnisse des heutigen Verkaufens einzugehen. Es macht aus Verkäufern starke Partner für den Kunden. Alle erforderlichen Kenntnisse und Erfolgsfaktoren werden erlernt und trainiert. Besonderer Wert jedoch wird auf die Abschlusstechnik gelegt. So hat der Kunde immer das sichere Gefühl, mit „Siegern“ zusammen zu arbeiten! Denn Gewinner arbeiten mit Gewinnern.

Entsprechend den Wünschen und Forderungen der Teilnehmer und der Unternehmensziele werden die Trainingsinhalte und Programmpunkte selektiert, gewichtet und ergänzt: Klares Dialogtraining durch die Action-Reflection-Methode - mit den Teilnehmern. Tipps zur konsequenten Umsetzung der Trainingsinhalte. Geübt-gekonnt-Programm zum eigenen Weitermachen. Video und Einzelanalysen sowie Coaching-Gespräche sind bei allen Modulen integrale Bestandteile.

Neben dem Angebot des langfristigen Trainingsprogramms gibt es auch die Möglichkeit, einzelne Stufen oder Vorträge zum NEUE HARDESELLING® zu buchen

Referenzen und Presse finden Sie unter [www.hardselling.de](http://www.hardselling.de)

# **DAS NEUE HARDESELLING®**

## **Verkaufen heißt verkaufen**

### **8-Stufen-Intervall-Verkaufsprogramm**

**präsentiert von Martin Limbeck**

#### **Modul I - Erfolg beginnt im Kopf**

Das Selbst-Management-System:

Entwicklung und Ausbau der persönlichen Stärken und Einstellungen, um beim Kunden erfolgreich zu sein. Sie lernen, Ihre Überzeugungskraft täglich mit dem speziell dafür neu entwickelten Rauss®-System optimal einzusetzen.

#### **R-A-U-S-S®**

**R**isikobereitschaft-**A**ntriebsstärke-**U**eberzeugungskraft-**S**elbstdisziplin-**S**elbstbewusstsein

- Das Selbstbild, die Selbstaussagen in Form des Rauss®-Tests
- Vom „Müssen“ ins „Wollen“, ins „Verlangen“ zum „Brennen“
- Von Wünschen, Träumen, Visionen und Sehnsüchten zu klaren Zielen
- Die wichtigsten Lebensmotive und Motivationen
- Die Glücks- und Flow-Formeln, um sich selbst in Stimmung zu bringen
- Die 7 Erfolgsstrategien zu mehr Power
- Die 6 grundlegenden psychologischen Prinzipien, die das menschliche Verhalten steuern
- Aktivierung der Kreativitätsstrategien
- Die persönliche Ausstrahlungskraft klar steigern
- Überzeugungskraft und das Self-Leading-Konzept täglich optimal einsetzen

# **DAS NEUE HARDESELLING®**

## **Verkaufen heißt verkaufen**

### **8-Stufen-Intervall-Verkaufsprogramm**

**präsentiert von Martin Limbeck**

#### **Modul II - Mut zur Neukunden-Akquisition**

Telefon-Kaltakquise-Training mit Schwerpunkt Neukunden-Akquisition

Wer den Mut hat, neue Methoden einzusetzen, und wer weiß, wie zeit- und kostenintensiv Terminanbahnungen über die Post und das Telefon sind, für den bringt dieses Modul in weniger Zeit mehr Abschlusschancen.

Beurteilung eines Teilnehmers:

*„Früher musste ich meinen ganzen Mut zusammennehmen, um unangemeldet in Unternehmen Interessenten anzusprechen. Nach dem ersten Modul ist es mir in den ersten drei Stunden durch die Akquise neuer Kunden gelungen, direkt im Erstgespräch zwei Aufträge abzuschließen.“*

Auch heute noch ist die Neukunden-Akquise ein wichtiger Baustein als „Überlebensinstrument“ für jedes Unternehmen. Modul II verbindet Live-Telefonate mit direktem Feedback für den Verkäufer, so dass der Lerneffekt und der Wissenstransfer sehr hoch sind. Natürlich kommt auch für das Kundenunternehmen direkt „unterm Strich“ mehr heraus. Denn über die konkreten Anrufe während des Trainings werden neue Umsätze vorbereitet. Auch der Endkunde ist auf den Verkaufstermin vorbereitet und weiß, aus welchem Grund sein Gesprächspartner kommt. Der Anfang der Wertschöpfungskette des Verkaufs wird in diesem Training direkt umgesetzt.

- Vorbereitung, Strategie und Rüstzeug für gezielte Neukunden-Akquise
- Die wichtigen „Nebensächlichkeiten“, um bei der Akquise die richtige Wirkung zu erzielen
- Ermitteln des richtigen Entscheiders
- Techniken und Methoden zum Überwinden der ersten „Klippen“
- Grenzen, Methoden und Möglichkeiten der positiven Beeinflussung
- Wie manipulieren wir psychologisch, wann, wie oft, wie sehr – dürfen wir das? Ausbau von Standfestigkeit, Überzeugungskraft und couragiertem Auftreten
- Mit welchen frischen Aufhängern bringen wir so viel „Neugier“ ins Gespräch, dass die ersten Sekunden zu einem festen Termin und Gespräch werden
- Wie kommen wir ans „Ja“ des Kunden und damit „zum Termin“?
- Wie bereiten wir den Termin nach der Akquise vor?

# **DAS NEUE HARDESELLING<sup>®</sup>**

## **Verkaufen heißt verkaufen**

### **8-Stufen-Intervall-Verkaufsprogramm**

**präsentiert von Martin Limbeck**

#### **Modul III - Das qualifizierte Erstgespräch**

Sie lernen die optimale Terminvorbereitung, die Strategien und die Formulierungsketten, um nach den neuesten Erkenntnissen der Verhaltensforschung erfolgreich im Erstgespräch beim Entscheidungsträger die Weichen direkt auf Erfolg zu stellen.

- Die richtige Gesprächseröffnung bzw. der richtige Einstieg für das qualifizierte Erstgespräch auf höchster Ebene
- Wie wirken wir auf unser Gegenüber beim Erstkontakt? (Es gibt keine zweite Chance für den ersten Eindruck.)
- Die Entwicklung mit anschließender Übung des „roten Fadens“ für ein persönliches Erstgespräch auf höchster Ebene
- Aus welchem Grund soll der Interessent gerade mit uns ins Geschäft kommen? Wie schaffen wir Neugierde und Interesse für eine Ziel-Ist-Analyse?
- Systematisches und starkes Argumentieren im Überzeugungs- und Durchsetzungsprozess. Wege, die Zielorientierung im Gespräch zu bekommen und zu halten
- Widerstände nutzen und auf Einwände richtig reagieren. Wie nutzen wir diese zu unserem Vorteil?
- Klare Motiv- und Motivationsermittlung des Kunden
- Klare Expertenpositionierung für Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung als „Unternehmen/ Verkäufer“
- Der Vorab-Abschluss
- Klare Zielabsprache für das Zweitgespräch und schon jetzt einen nächsten verbindlichen Termin oder nächsten Schritt vereinbaren

# **DAS NEUE HARDESELLING<sup>®</sup>**

## **Verkaufen heißt verkaufen**

### **8-Stufen-Intervall-Verkaufsprogramm**

**präsentiert von Martin Limbeck**

#### **Modul IV – Der Folgetermin**

Sie lernen, optimal vorbereitet ins Zweitgespräch zu gehen, um nun selbstbewusst zu präsentieren, dass Sie das, was Sie sagen, auch halten. Konsequenterweise vom Angebot zum Auftrag. Der Kunde spürt, er verhandelt mit „Siegern“.

- Wie bauen wir das qualifizierte Zweitgespräch beim Entscheidungsträger mit Präsentation von Ziel-Ist-Konzeptvorschlag auf?
- Optimale Nutzenargumentation zum Wohl des Kunden. Entwicklung und Üben des persönlichen „roten Fadens“
- Wie nutzen wir nun das „Ja“ des Interessenten aus dem Erstgespräch und bauen dieses geschickt auf dem Weg zum Abschluss ein?
- Grenzen und Möglichkeiten der Beeinflussung durch verbale und non-verbale Kommunikation
- Optimale Power-Präsentations-Rhetorik. Aufbau und Entwicklung vom Interesse über das Angebot zum Zwischenabschluss oder Abschluss
- Wie kommen wir zu Referenzen, aktiv – passiv?
- Ziele aus diesem Gespräch konsequent und klar realisieren
- Wie beachten wir Emotionen und Signale des Partners?
- Wege, die Lenkung im Gespräch zu bekommen und zu behalten
- Wie gehen wir mit negativer und destruktiver Kundenhaltung um?
- Wie durchschauen wir unfaire Argumentationen?

# **DAS NEUE HARDESELLING®**

## **Verkaufen heißt verkaufen**

### **8-Stufen-Intervall-Verkaufsprogramm**

**präsentiert von Martin Limbeck**

#### **Modul V - Power-Erfolgs-Verkaufsrhetorik**

Ein wichtiger Bestandteil des NEUEN HARDESELLING® ist die optimale Argumentations-, Einwand- und Vorwandtechnik. Sie lernen, die Phasen des einzelnen Verkaufsgesprächs optimal zu nutzen, um für beide Seiten eine Win-Win-Situation zu erzielen.

- Wodurch entstehen Einwände, Vorwände und Bedingungen?
- 7 Gründe, aus denen unsere Kunden Einwände und Vorwände bringen
- Die mentale Vorbereitung zur Einwandsbehandlung
- Wie differenzieren wir Einwände, Vorwände und Bedingungen?
- Reaktionen zu Antwortstrategien auf Kundeneinwände
- Verbale und nonverbale Verhaltensempfehlung
- Wie beachten wir die Emotion des Partners und vermeiden Widerspruch?
- Wie machen wir aus einem „NEIN“ ein „JA“?
- Mit Zielorientierung und Einfühlungsvermögen zum Abschluss
- Systematisches Argumentieren im Überzeugungs- und Durchsetzungsprozess für das Produkt/die Dienstleistung
- Die einzelnen Phasen des Verkaufsgesprächs zusammengefasst und auf den Punkt gebracht

# **DAS NEUE HARDESELLING®**

## **Verkaufen heißt verkaufen**

### **8-Stufen-Intervall-Verkaufsprogramm**

**präsentiert von Martin Limbeck**

## **Modul VI - Das optimale Preisgespräch über die Win-Win-Situation zum Abschluss**

Gerade in dieser kritischen Phase ist es wichtig zu wissen, was der Kunde will und vor allem, was wir selbst wollen, um in einer optimalen Atmosphäre für beide das Beste zu bekommen. Denn der Preis ist eine zentrale Komponente des Verkaufs. Immer mehr Kunden feilschen um Konditionen und Preise. Kein Wunder, dass viele Umsätze am Preis scheitern. Sie erlernen, Preisverhandlungen professionell zu führen, um das eigene Preis-/Leistungsverhältnis überzeugend darzustellen und zum Auftrag zu kommen. Das Argument „*Ich muss über den Preis verkaufen, da der Wettbewerb mir dicht im Nacken sitzt*“ wird der Vergangenheit angehören.

- Die heutige Bedeutung des Preises im immer stärkeren Verdrängungswettbewerb
- Wie erkenne ich Taktiken der Verhandlungspartner im Preis- und Abschlussgespräch?
- Wie verpacken wir den Preis psychologisch?
- Zu teuer – bedeutet das für unseren Verkäufer das Ende?
- Das Handeln um den fairen Preis
- Knigge für Preisgespräche. Treten Sie überzeugend auf? Wie treten Sie auf?
- Die hohe Kunst der erfolgreichen Preisargumentation bei Standardprodukten
- Das Umfeld „Abschlussgespräch“ psychologisch gestalten
- 12 Methoden der Gesprächsführung, um den Abschluss in einer
- Win-Win-Situation herzustellen
- Konsequenz und Abschlusstechniken
- Wie aktivieren wir den Kunden zum aktiven Referenzgeber?

# **DAS NEUE HARDESELLING®**

## **Verkaufen heißt verkaufen**

### **8-Stufen-Intervall-Verkaufsprogramm**

**präsentiert von Martin Limbeck**

#### **Modul VII - Reines 2-Tage-Videotraining**

Erfolgreiches Verkaufen will geübt und trainiert sein. Die aus den vorangegangenen Stufen erworbenen Kenntnisse werden nun bewusst und systematisch in Rollenspielen ein- und umgesetzt. Trainiert wird anhand erlebter Verkaufssituationen aus der Praxis der Teilnehmer aus Sicht a) des Kunden und b) des Verkäufers. Dabei kommt es auf die Integration der Theorie- / Praxisinhalte, objektive Selbstbeobachtung und persönliches Feedback an.

Dieser Workshop unterstützt die methodische Umsetzung des Gelernten dadurch, dass die im Rollenspiel dargestellten Verkaufsgespräche unter Videokontrolle durchgeführt und anschließend gemeinsam mit dem Trainer analysieren werden. So runden das systematische Feedback der teilnehmenden Gruppe und des Trainers diese Schulungseinheit ab.

Besonders in Großgruppen hat sich diese Methode nach den ersten drei bis vier durchgeführten Trainingsstufen als sehr motivierend erwiesen.

#### **Lehrmethode:**

In mehreren Gruppenräumen werden die Teilnehmer von Co-Trainern aus dem Martin Limbeck Trainings® Team individuell trainiert.

Entsprechend den Wünschen und Forderungen der Teilnehmer und der Unternehmensziele werden die Trainingsinhalte und Programmpunkte selektiert, gewichtet und ergänzt: Klares Dialogtraining durch die Action-Reflection-Methode - mit Teilnehmern und Trainern. Tipps zur konsequenten Umsetzung der Trainingsinhalte. Geübt-gekonnt-Programm zum eigenen Weitermachen. Video und Einzelanalysen sowie Coaching-Gespräche stehen bei diesem Modul klar im Fokus.

#### **Teilnehmerstimme:**

„Ich hätte nie gedacht, dass ich aus den vorangegangenen Trainingsstufen unbewusst bereits so viel gelernt, aufgenommen und umgesetzt habe ... und das Videoübungen solchen Spaß machen.“

# **DAS NEUE HARDESELLING®**

## **Verkaufen heißt verkaufen**

### **8-Stufen-Intervall-Verkaufsprogramm**

**präsentiert von Martin Limbeck**

#### **Modul VIII - Aus der Praxis - für die Praxis** **„On-the-Job“-Training mit Action-Reflection-Situations-Coaching**

Dieses Training findet „On-the-Job“ statt. Mit den Teilnehmern werden entsprechend der Funktion Gespräche und Aufgaben besprochen und nach den neuesten Erkenntnissen des NEUEN HARDESELLING® in der Praxis realisiert. Dieses Modul setzt die erfolgreiche Teilnahme an den einzelnen Intervall-Programmstufen voraus. In dieser Stufe werden mit den Teilnehmern die vorbereiteten Strategien sowie Formulierungsketten und erlernte Verkaufsmethoden aus dem NEUEN HARDESELLING® – Verkaufen heißt verkaufen angewendet, analysiert und ausgebaut. Es werden mit dem Trainer während des Coachings Gespräche, Telefonate und/oder Projektgespräche geführt. Das bedeutet: Der Praxistransfer mit Erfahrungsaustausch und Zielkonkretisierung ist für Sie somit sichergestellt. Um die Praxistrainings erfolgreich durchzuführen, ist bei der Auswahl der einzelnen Standorte zu berücksichtigen, dass sich möglichst viele Gespräche mit Kunden, Telefonate oder Einzelgespräche führen lassen.

Alle Trainingsinhalte der 8 einzelnen Stufen des Verkaufsprogramms werden entsprechend der Branche, der Teilnehmer sowie der speziellen Wünsche und Forderungen des Unternehmens selektiert, gewichtet und ergänzt.

#### **Lehrmethode:**

Jeder Teilnehmer wird individuell gefordert und gefördert. Es wird intensiv gearbeitet in Gruppentrainings, mit Videoaufzeichnung, Auswertungsrunden, Gruppeneinzelanalysen, Erfahrungsaustausch mit Zielkonkretisierung, Formulierungsketten aus der Praxis - für die Praxis - sowie Coaching der eigenen Persönlichkeit.

#### **Transfersicherung:**

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Transfersicherung. Direkte Besprechungen zwischen den Führungskräften und den Seminarteilnehmern werden in der Vorbereitung sowie in der Nachbetrachtung geführt, um sicherzustellen, dass die Investition auf jeden Fall ein „Return of Investment“ mit hoher Verzinsung wird.

#### **Trainingsdauer:**

Jedes Modul ist einzeln buchbar und wird als Zwei-Tages-Training trainiert. Um einen optimalen Lernerfolg zu gewährleisten, empfehlen wir, alle acht Module aufbauend durchzuführen.