

Das Magazin für Effizienz in Führung und Verkauf

# efficere

**Kompetenz-  
management**  
Frank Scheelen

**Eyes on the price**  
Martin Limbeck

**Change-Prozesse**  
Dr. Andreas Wieland

**VOICE sells!**  
Arno Fischbacher

**Business Intelligence**  
Wolf Hirschmann

**Der Raum  
ist nicht genug**  
Gunar Bergemann

**Design to success**  
Jürgen R. Schmid

**Gesprächslandkarten**  
Stephan Heinrich

Walter Zimmermann

# FOKUSSIERTEN

# ■ Eyes on the price

## Die Kunst des Fokussierens



**A**ls Verkäufer sollten Sie sich auf den Kern Ihrer eigentlichen Tätigkeit fokussieren. Und was ist das? Das Verkaufen natürlich. Kein Verkäufer wird nämlich für das Besuchen von Kunden, für das Führen von Akquisegesprächen, für das Autofahren, die Einwandbehandlung oder seine gute Rhetorik bezahlt.

Das sind alles Voraussetzungen, jedoch nicht die Lösung der Gleichung.

### **Im Mittelpunkt steht immer das Verkaufen, der Abschluss muss Ihr ultimatives Ziel sein!**

Ich höre immer wieder die Klage von Verkäufern, dass sie viel zu wenig Zeit haben. „Ein Termin jagt den nächsten, wir kommen mit der Vorbereitung kaum noch hinterher. Wann soll ich da noch Neukunden akquirieren?“

Klar ist Verkaufen kein einfacher Job. Und sicherlich nicht der Entspannteste. Doch der Erfolg ist vor allem eine Frage der richtigen Einstellung. Sie müssen für Ihren Job brennen und immer die nächste Chance be-

reits vor Augen haben. Viele Verkäufer verträdeln ihre kostbare Zeit, ohne es überhaupt zu bemerken.

Stellen Sie sich einmal Folgendes vor: Sie haben einen Termin bei einem potenziellen Kunden in einem Industriegebiet. Gegen 13 Uhr ist eine Mittagspause geplant, Sie gehen raus.

Jetzt die Quizfrage: Wie lange dauert Ihre Mittagspause? Eine Stunde?

Falsch! Sie dauert exakt so lange, wie Sie brauchen, um bis zum nächsten Kunden zu laufen.

Sie haben nämlich vor dem Termin recherchiert, dass weitere potenzielle Klienten in eben diesem Industriegebiet ansässig sind. Und da laufen Sie jetzt rüber. Brauchen Sie für den Weg fünf Minuten, dauert Ihre Mittagspause genau die zehn Minuten, die Sie für den Hin- und Rückweg brauchen.

Damit bleiben Ihnen unter dem Strich ganze fünfzig Minuten, um den nächsten Kunden aufzureißen.

Dann geht's wieder zurück zum Termin.  
Das nenne ich wirklich effiziente Vertriebsarbeit!

### **Zeit für Kreativität: Nur wer gut organisiert ist, hat neue Ideen**

Vorbereitung ist schön und gut, die Zeit dafür müssen Sie sich jedoch auch nehmen. Merken Sie sich eins: Kunden kaufen am liebsten von Siegern.

Und nur ein Verkäufer, der seine Hausaufgaben gemacht hat, hat verstanden, wie der Hase läuft. Denn dein Gegenüber wird nur dann einschlagen, wenn er das Gefühl hat, dass du seine Bedürfnisse zu hundert Prozent erkannt hast und ihm genau das bietest, was er braucht.

Kennen Sie das Pareto-Prinzip? Es besagt, dass wir in nur 20 Prozent unserer Arbeitszeit 80 Prozent des Umsatzes erzielen. Das sollten Sie sich zu Herzen nehmen. Checken Sie, wie viel Zeit Ihres Verkaufsalltags Sie mit überflüssigen Aufgaben verbringen und trennen Sie sich von diesem Ballast. Nur wenn Sie Ihre Zeit effizient nutzen, bleibt mehr Zeit für anderes.

### **Zeit für erfolgreiche Abschlüsse!**

Hier sind Ihre To-dos, die Sie sofort umsetzen sollten:

- Finden Sie heraus, welche Ihrer Verkaufsstrategien und -techniken die höchste Erfolgsquote haben, und wenden Sie diese konsequent an.
- Konzentrieren Sie sich auf die Produkte, die für 80% (Ihrer) Gewinne sorgen.
- Konzentrieren Sie sich auf die 20 % Ihrer Kunden, die für 80 % Ihrer Gewinne verantwortlich sind.
- Nehmen Sie dabei nicht nur Kontakt zu potenziellen Neukunden auf, sondern reaktivieren Sie auch „alte“ Kunden, mit denen Sie in der Vergangenheit gute Geschäfte gemacht haben: Klopfen Sie an bekannte Türen und wählen Sie vertraute Telefonnummern!

Richten Sie alle Ihre beruflichen und auch privaten Aktivitäten nach dem 80/20-Prinzip aus. So befreien Sie sich nicht nur von zeitlichem, geistigem und seelischem Ballast, sondern schaffen auch Freiräume für die nötige Entspannung.

Wie bitte, fragen Sie sich jetzt vielleicht – der Limbeck sagt doch immer, dass wir Vollgas geben und am besten die Pause durchmachen sollen?

### **Alles zu seiner Zeit**

Wenn Sie häufig bis spät in die Nacht noch an einem Angebot feilen, kann das auf Dauer nicht gut gehen. Sie sollen für Ihren Job brennen, nicht ausbrennen.

Damit Sie in der Woche Vollgas geben können, müssen Sie am Wochenende auftanken.

Relaxen Sie, gehen Sie Angeln, lassen Sie die Seele baumeln – damit Sie am Montagmorgen voller Vorfreude aufwachen und genau dieses Gefühl mit in die ersten Kundengespräche nehmen.

So finden Sie die Ruhe und Muße, Ihrer Arbeit immer wieder neue und spannende Seiten abzugewinnen.

Martin Limbeck



### **■ Martin Limbeck**

Martin Limbeck ist Inhaber der Martin Limbeck® Training Group und einer der meistgefragten und renommiertesten Business-Speaker und Verkaufs-Experten auf internationaler Ebene. Seit 23 Jahren begeistert er mit seinem Insider-Know-how und praxisnahen Strategien Mitarbeiter aus Management und Verkauf. Bis heute trat er bereits in mehr als 20 Ländern auf der ganzen Welt auf. Nicht nur in seinen provokativen und motivierenden Vorträgen, sondern auch in den umsetzungsorientierten Trainings steht das progressive Verkaufen in seiner Ganzheit im Mittelpunkt. Dies hat den Certified Speaking Professional 2011 (CSP), International Speaker of the Year 2012 und Top-Speaker of the Year 2014 in den letzten Jahren zu einem der effektivsten und wirksamsten Redner gemacht..

[www.ml-trainings.de](http://www.ml-trainings.de)