

Berater

Auf Kundenfang: Mit höflicher Hartnäckigkeit zum Ziel

Sie sollten immer ein Ziel vor Augen haben. Und dieses Ziel mit Hartnäckigkeit verfolgen. Mal ehrlich – wie oft versuchen Sie es bei einem potenziellen Kunden, bevor Sie sich geschlagen geben?

Die Limbeck-Kolumne



"Viele Verkäufer haben Angst, den Kunden auf die Nerven zu fallen. Das ist absolut überflüssig."

Jeder Großwildjäger vor hundert Jahren träumte davon, auf einer Safari in Afrika die "Big Five" zu erlegen. Elefant, Nashorn, Büffel, Löwe und Leopard. Ist der Limbeck jetzt unter die Jäger gegangen? Nein, keine Sorge.

Ich möchte die Jagd auf seltene Wildtiere keinesfalls gut heißen. Ein ordentlicher Hecht ist mir viel lieber. Ich möchte Ihnen damit lediglich zu verstehen geben, dass es nicht schaden kann, seine Ziele hoch anzusetzen.

Welche Kunden hätten Sie gerne?

Top-Verkäufer denken genauso wie die Großwildjäger vergangener Tage. Sie machen sich eine sogenannte "Dreamlist", auf der sie sich die Kunden notieren, die sie gerne einmal akquirieren würden. Ja, auch ich habe eine solche Liste. Und Sie?

Mehr zum Thema Kundengewinnung



Warum Sie Ihre vertriebliche Systematik immer wieder hinterfragen sollten



Kaltakquise: Vier Tipps für einen erfolgreichen Erstkontakt



Neukunden aus dem Netz: Webseiten-Optimierung für Makler

Wichtig ist, dass es hier nicht darum geht, die Namen darauf möglichst schnell durchzustreichen. Auf die Liste gehören nur solche Kunden, die so groß und wichtig sind, dass es fast unmöglich ist, sich keinen Korb einzufangen.

Mir hat es ungemein geholfen, immer wieder diese Liste anzusehen. Sie hilft dir, die Bodenhaftung zu behalten, wenn es gerade so richtig gut läuft – und sie motiviert, wenn man am liebsten alles hinschmeißen will.

Ich habe einmal davon geträumt, alle MDAX-Unternehmen auf meiner Kundenliste zu haben. Und hätten Sie mich vor ein paar Jahren gefragt, was ich davon halten würde, Ebay zu trainieren – ich hätte wahrscheinlich gesagt, dass Sie nicht mehr alle Latten am Zaun haben. Insgeheim hatte ich natürlich diesen Wunsch. Und irgendwann wurde er Realität. Zu verdanken habe ich dies vor allem zwei Dingen: Überzeugung und Hartnäckigkeit.

Seite zwei: [Alles eine Frage des Willens](#)

Drucken
Weiterleiten
Kommentieren

Teilen bei

Mehr zum Thema
Kundengewinnung
Berater

[Startseite](#)

[Kontakt](#)



13. Mai 2015, 10:46

Berater

Auf Kundenfang: Mit höflicher Hartnäckigkeit zum Ziel

Wie lautet Ihr Überzeugungssatz? "Es wäre schön, wenn das klappt" oder "Mal gucken, wie es läuft"? So gewinnen Sie keine Lorbeeren.

Ein Top-Verkäufer steht voll hinter dem, was er tut. Hier gibt es keine Konjunktive, sondern nur "ICH WILL". "Ich will diesen Kunden, ich will den Abschluss holen". Klingt Ihnen das zu hart? Dann können Sie es auch direkt bleiben lassen.

Verkaufen ist Einstellungssache

Nur ein schlechter Verkäufer würde mit dem Mantra "Hoffentlich geht das gut" in einen Kundentermin gehen. So bringen Sie keine neue Geldanlage an den Mann. Und ein Berater, der "das wird sowieso nichts" denkt, sollte sich schleunigst nach einem neuen Job umgucken.

Meistgelesen im Ressort Berater



Mit fünf Grundregeln zu mehr Umsatz



Maxpool: Neuer Vorstand bei Hamburger Phönix



Infinus: Termin zur Beweisaufnahme steht fest

Drucken
Weiterleiten
Kommentieren

Teilen bei



Mehr zum Thema
Kundengewinnung
Berater

[Startseite](#)[Kontakt](#)

Niemand hat gesagt, dass Verkaufen Zuckerschlecken ist. Erfolg ist in erster Linie Einstellungssache. Lassen Sie mich Ihnen das an einem Beispiel verdeutlichen.

Am Ende jedes meiner Seminare gebe ich Feedback-Bögen aus. Und ich mache das nicht, um meine Teilnehmer zu triezen. Ich lege großen Wert darauf, mich ständig weiterzubilden und noch besser zu werden.

Vor mir lagen also diese Bögen. 99 meiner Trainingsteilnehmer gaben an, dass Sie sehr zufrieden mit meiner Arbeit waren. Auf dem letzten Bogen jedoch prangte ein "zufriedenstellend". Da musste ich erst mal schlucken.

Streben nach Verbesserung zahlt sich aus

War der Typ im gleichen Seminar gewesen wie die anderen? Er gab an, dass ihm nur die Pausen gut gefallen hatten und "Limbecks Schleichwerbung für Edelman Tailor". Wie würden Sie an dieser Stelle reagieren? Hier trennt sich die Spreu vom Weizen.

Ein mittelmäßiger Verkäufer würde mit den Schultern zucken und diese Bewertung als Scherz abtun. Ein schlechter Verkäufer würde sich wahrscheinlich sogar aufregen, was diesem Knilch denn bitte einfallen würde.

Wissen Sie, was ich stattdessen getan habe? Ich habe den Trainee angerufen. Ich wollte von ihm wissen, wie ich aus "zufriedenstellend" ein "ausgezeichnet" machen konnte. Kurz darauf waren wir ihm Geschäft und ich habe seine ganze Abteilung gecoacht. Ehrliches Interesse und das Streben nach Verbesserung zahlen sich aus.

Seite drei: [Bleiben Sie dran](#)

Berater

Auf Kundenfang: Mit höflicher Hartnäckigkeit zum Ziel

Hartnäckigkeit ist ein weiteres Thema, das entscheidend für Ihren Erfolg ist. Mal ehrlich – wie oft versuchen Sie es bei einem potenziellen Kunden, bevor Sie sich geschlagen geben?

Meistens bekomme ich an dieser Stelle schockierende Antworten. "Vielleicht zwei bis drei Mal" oder "wenn er Interesse hat, wird er sich schon melden." Hallo? Verkaufen ist eine Jagd! Glauben Sie, der Löwe wird zu Ihnen spaziert kommen, um es Ihnen leichter zu machen? Wird er natürlich nicht.

Mehr zum Thema Coaching für Finanzberater



Mit fünf Grundregeln zu mehr Umsatz



Mobile Beratung: Drei Tipps für mehr Abschlüsse



Unternehmensführung: Prozesse und Strukturen ändern

Kämpfen Sie um Aufmerksamkeit

Ihr Kunde wird den Kredit dort aufnehmen, wo es ihm so einfach wie möglich gemacht wird. Also zeigen Sie Initiative und kämpfen Sie um die Aufmerksamkeit Ihrer Klienten. Viele Verkäufer haben Angst, den Kunden auf die Nerven zu fallen. Das ist absolut überflüssig.

Wenn Sie jemand nervt, sagen Sie es ihm auch, oder? Und genauso werden es Ihnen Ihre Kunden auch sagen. Und selbst das muss kein Schlusstrich sein. Wenn mir jemand sagt "Herr Limbeck, Sie rufen mich schon zum dritten Mal diese Woche an. Das nervt, geben Sie endlich Ruhe!", ist das für mich ein Kompliment. Und die bestmögliche Steilvorlage, denn darauf erwidere ich "Und mit genau dieser Hartnäckigkeit werde ich auch für Sie da sein, wenn Sie mich buchen. Ich werde erst gehen, wenn ich Ihren Vertrieb so richtig auf Vordermann gebracht habe." Wer kann da noch "Nein" sagen?

"Nein" heißt "Noch ein Impuls nötig"

Ganz ehrlich: Ich verliere lieber einen Kunden, weil ich zu hartnäckig war, als dass ich fünf Kunden nicht bekomme, weil ich nicht hartnäckig genug war. Wenn Sie es genau betrachten, können Sie durch Hartnäckigkeit gar keinen Kunden verlieren.

Wenn Ihr Gegenüber "Nein" sagt, haben Sie ihn genauso wenig als Geschäftspartner wie vorher. Und ein "Nein" bedeutet noch lange nicht das Ende. Für mich heißt das lediglich "Noch ein Impuls nötig".

So schnell gebe ich nicht auf – und das sollten Sie auch nicht. Damit unterscheiden Sie sich von der breiten Masse. Denn, so erkannte schon Goethe, "vom Ziel haben viele Menschen einen Begriff, nur möchten sie es gerne schlendernd erreichen". Niemand hat gesagt, dass es einfach wird. Behalten Sie Ihr Ziel im Auge und strengen Sie sich an – dann werden Sie mit etwas Übung auch die großen Fische an Land ziehen und Ihre persönlichen Big Five erlegen.

Martin Limbeck gilt als führender Hardselling-Experte in Deutschland. Er ist seit 20 Jahren Verkaufs- und Managementtrainer. Limbeck ist der Kopf des Martin Limbeck Trainings® Teams, Lehrbeauftragter im Bereich Sales Management an der ESB Business School in Reutlingen, Dozent in der Führungskräfteweiterbildung der Universität St. Gallen sowie Dozent des Zertifikatslehrgangs "Professional Speaking" der German Speakers Association (GSA) und der Steinbeis-Hochschule Berlin (SHB). Er ist Mitglied des Club 55 und des Top-Trainer-Teams Salesleaders.

Foto: Wolfgang List – Martin Limbeck Trainings

Drucken
Weiterleiten
Kommentieren

Teilen bei



Mehr zum Thema

Kundengewinnung
Berater

Startseite

Kontakt