

Parallelen zwischen Verkäufern und Anglern

14.12.2015 | VON MARTIN LIMBECK | SELBSTMANAGEMENT



Keine Beiträge mehr verpassen? Hier zum Newsletter anmelden!

E-Mail *

Jetzt anmelden

Wenn Sie meiner Kolumne hier schon eine Weile folgen, werden Sie es wahrscheinlich mitbekommen haben: Ich bin leidenschaftlicher Angler. Wirklich! Immer, wenn ich von diesem Hobby berichte, ernte ich erst mal Staunen und ungläubige Blicke.



Weil sich viele nicht vorstellen können, dass der Limbeck, der auf der Bühne und in seinen Seminaren völlig angezündet, laut und aufgedreht ist, auch genauso gut stundenlang in einem Boot sitzen, sich nicht bewegen und die Klappe halten kann. Doch so ist es. Ich habe dieses Hobby bereits in meiner Kindheit für mich entdeckt – und es ist für mich immer noch eine der besten Möglichkeiten, um nach einer stressigen Woche runterzukommen und zu entspannen.

Von Jägern und Sammlern

Ich verrate Ihnen was: Nicht jeder gute Verkäufer ist ein Partylöwe und bei jeder Hatz vorne mit dabei. Natürlich gibt es diese extrovertierten Verkäufer – doch ebenso gibt es die introvertierten. Ich spreche hier gerne von „Sammlern“ und „Jägern“. Der „Sammler“ plant seine Arbeit fleissig und akribisch, ist gewissenhaft und hat eine Vorliebe für Routinen. Der „Jäger“ hingegen sucht den Nervenkitzel: Jeden Morgen zieht er mit frisch geschärftem Speer los, um neue Kunden zu erlegen.

Beide Typen haben ihre Vorteile – und ein wirklich erfolgreiches Unternehmen kann auf keinen von beiden verzichten. Denn die Jäger erlegen die grossen Tiere, die Sammler sorgen dafür, dass die Truppe mit Beeren und Nüssen überlebt, wenn es mal kein Mammut gab. Genauso funktioniert eine erfolgreiche Vertriebsmannschaft: Die Jäger bringen den Key Account nach Hause, der Sammler pflegt und nährt ihn. Und dann gibt es natürlich auch noch die herausragenden Verkäufer, die beides können. Und welcher von beiden ist jetzt der Angler, werden Sie sich fragen? Ich verrate es Ihnen: beide. Denn Verkäufer und Angler haben eine Menge gemeinsam, egal ob sie nun Jäger oder Sammler sind. Auch wenn es auf den ersten Blick nicht so aussieht.

Die richtige Vorbereitung ist entscheidend

Wenn du Angeln gehst, schnappst du dir nicht einfach deine Rute und wirfst sie im nächstbesten Gewässer aus. Zumindest nicht, wenn du ernst meinst, was du da tust. Zuerst einmal brauchst du eine gute Vorbereitung und die entsprechende Ausrüstung: Du musst genau studieren, welche Fische im See deiner Wahl zu Hause sind, wann sie wo stehen – und du musst wissen, womit du sie ködern kannst.

Im Grunde genommen ist es mit dem Verkaufen genauso: Sie müssen wissen, was Ihre Zielgruppe will und wo Sie sie finden. Und sicher marschieren Sie auch nicht so mir nichts dir nichts in die Firma hinein, sondern informieren sich vorab so gut es geht über Ihre potenziellen Kunden. Eine gute Bedarfsanalyse ist das A und O!



Sie müssen wissen, was Ihre Zielgruppe will und wo Sie sie finden. (Bild: © Jirsak – shutterstock.com)

Und im Gespräch gilt es, genau hinzuhören und herauszufinden, was Ihrem Gesprächspartner wichtig ist und worauf er grossen Wert legt. Dann wissen Sie, welcher Köder der passende ist. Hier gibt es bei Menschen ebenso wie bei Fischen grosse Unterschiede. Eine Forelle kannst du zum Beispiel super mit Bienenmaden anlocken – einen Hecht bekommst du damit nicht gefangen. Da braucht es schon einen kleinen Köderfisch oder einen Wobbler, um so einen gefräßigen Kerl anzulocken.

Beisst er oder beisst er nicht?

Ich will ehrlich mit Ihnen sein: Natürlich ist Angeln auch eine Geduldssache. Und ein bisschen Glück gehört auch dazu. Wird einer beiessen oder nicht? Das ist ein echter Nervenkitzel. Glauben Sie mir, ich habe auch schon stundenlang dagesessen und gewartet – bei scheinbar idealen Bedingungen –, und dennoch hat kein einziger Fisch gebissen. Sicher kennen Sie solche Situationen aus Ihrem Vertriebsalltag, oder?

Da mühst du dich ab, der Interessent scheint wirklich angetan zu sein – und dann heisst es „Wir melden uns“. Sie warten und warten ... und nichts passiert. That's life! Hier kommt es vor allem darauf an, dass Sie wissen, wann es Zeit wird, die Leine einzuholen, sich auf den Heimweg zu machen und unterwegs noch ein Ersatzabendessen zu besorgen.

Grundsätzlich bin ich jedoch ein Fan von „höflicher Hartnäckigkeit“. So schnell lasse ich nicht locker, weder bei Fischen noch bei Kunden. Fakt ist, ganze 48 Prozent aller Verkäufer belassen es bei einem Anruf beim Kunden. Gerade mal 25 Prozent fassen noch ein zweites Mal nach und magere 12 Prozent geben nach dem dritten Versuch auf. So wird das nichts. Ein „Nein“ bedeutet für mich nichts anderes als: „Noch ein Impuls nötig“. Ich werfe meine Angel wieder und wieder aus, verändere die Köder, die Uhrzeit – und genauso bleibe ich an potenziellen Kunden dran. Denn 80 Prozent aller Verkäufe werden erst zwischen dem achten und zwölften Kundenkontakt realisiert. Hier kommt mir meine Anglergeduld wirklich zugute.



Bei allen Parallelen gibt es lediglich eine Sache, auf die Sie als Verkäufer verzichten sollten: Anglerlatein gehört an den abendlichen Stammtisch und hat im Verkaufsgespräch nichts zu suchen. Sagen Sie Ihren Kunden immer die Wahrheit! Und nehmen Sie sich auch kein Beispiel an den Sportfischern: Lassen Sie Ihr Angebot nicht toller erscheinen, als es in Wirklichkeit ist. Ich habe als junger Spund mal Grundblei in gefangene Forellen gesteckt, um im Anglerverein den Preis für den schwersten Prachtkerl einzuheimsen. Verkäufer ist für mich der ehrbarste Beruf überhaupt – da haben solche Tricks nichts verloren. In diesem Sinne: Petri heil!



Martin Limbeck – Sein neues Buch

Redline Verlag, 2014

Hardcover, ca. 210 Seiten

ISBN: 978-3-86881-235-0

€ 19,99

Bestellbar unter bit.ly/warum-keiner oder in der Buchhandlung Ihres Vertrauens

Einfach kann jeder – nur Hindernisse machen stark. Ein Widerspruch? Nicht, wenn es nach Martin Limbeck geht. Er beschreibt schonungslos in vielen persönlichen Episoden seinen nicht einfachen Aufstieg vom No-Name im Ruhrpott zum bekannten und gefragten Top-Speaker. Martin Limbeck erzählt, dass er auf seinem Weg nach oben an die Spitze mit unzähligen Hindernissen konfrontiert war, von Neid über Selbstsabotage bis hin zu falschen Freundschaften.

Hindernissen, wie sie viele Menschen kennen und erleben. Mit dem Unterschied, dass Martin Limbeck sich nicht hat ausbremsen lassen, dass er nicht zu stoppen war. Heute ist er mit sich im Reinen und kann seine Erfahrung, seine Botschaft weitergeben: Wenn das Leben »Nein« zu dir sagt, heisst das nichts anderes, als dass du nur NOCH nicht am Ziel bist. Or ist ist nur noch ein kleiner Schritt, eine kleine Anstrengung nötig, um das Ziel zu erreichen, um alle Stolpersteine zu überwinden. Mit dieser Philosophie hat Martin Limbeck es sehr weit gebracht. In seinem spannenden Buch zeigt er, dass es jeder schaffen kann. Ein ermutigender Aufruf an alle, die mehr aus ihrem Leben machen möchten, obwohl – oder eben gerade weil(!) – sie es dabei nicht leicht haben!

Artikelbild: © Sergey Nivens – shutterstock.com

SOCIAL MEDIA

MEISTGELESEN

- Vertriebsmannschaft: Hire for attitude, not for skills
- So verkaufen Sie besser am Telefon!
- Sprachanalyse-Lösung versteht Schwyzerdütsch
- Egoismen überall – eigene Muster versus der Freud-Leitsatz
- Black Friday & Cyber Monday: So meistern Unternehmen den Ansturm
- Wie Sie die drei häufigsten Fallen im Verkaufsgespräch umgehen
- Online-Shopping in der Weihnachtszeit

EMPFEHLUNGEN

PUBLIREPORTAGEN

TOP AUTOREN

- Olaf Hoffmann**
Hinter jedem grossen Mann steht eine starke Frau und anders herum
- Henryk Lüderitz**
Was tun, wenn Talente das Unternehmen verlassen wollen?
- Janine El-Saghir**
Mitarbeitermotivation – mit Geld allein ist es nicht getan

Zum Autor
 Letzte Beiträge

Über Martin Limbeck

Martin Limbeck ist einer der meistgefragten und renommiertesten Business-Speaker und Verkaufs-Experten auf internationaler Ebene. Seit mehr als 20 Jahren begeistert er mit seinem Insider-Know-how und praxisnahen Strategien Mitarbeiter aus 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 2014 in den letzten Jahren zu einem der effektivsten und wirksamsten Speaker gemacht.