

# Vertriebsmannschaft: Hire for attitude, not for skills

26.11.2015 | VON MARTIN LIMBECK | ORGANISATION



Keine Beiträge mehr verpassen? Hier zum Newsletter anmelden!

E-Mail \*

Jetzt anmelden

„Gute Verkäufer müssen so richtige Rampensäue sein!“ Ist dem so? Ich werde häufiger nach Tipps gefragt, woran ein besonders guter Verkäufer zu erkennen sei. Klar, der Erfolg eines Unternehmens steht und fällt mit der Zusammensetzung der Vertriebsmannschaft.

★★★★★  
5,00/5 (100,00%)  
1 Bewertung(en)

Verkäufer sind nach wie vor Individualisten, da ist es manchmal schwierig, alle Egos unter einen Hut zu bekommen. Wenn persönliche oder berufliche Differenzen Überhand nehmen, haben Sie als Teamleiter verloren. Das heisst, Sie müssen Ihr Team aus den richtigen Leuten zusammenstellen und jedem seine Rolle zuweisen. Das ist ein bisschen wie im Fussball. Da gibt es den Torwart, die Abwehr, das Mittelfeld und die Offensive, die die Tore macht – genau so müssen Sie auch Ihr Team aufbauen.

Entscheidend ist dabei nicht, dass jeder Mitarbeiter einer von den Lauten ist, die immer ganz vorne mit dabei sind. Denn auch im Vertrieb gibt es Jäger und Sammler: Der Jäger bringt den Key Account nach Hause, der Sammler pflegt und nährt ihn. Wirklich wichtig ist, dass jeder Ihrer Mitarbeiter seinen Job mit Leidenschaft und Herzblut macht.

## Wer die Wahl hat, hat die Qual

Wie finde ich überhaupt die richtigen Mitarbeiter? Auf eine ausgeschriebene Stelle kommen schnell mehrere hundert Bewerbungen. Mal ehrlich: Das ist oft wie eine Nadel im Heuhaufen zu suchen. Sie möchten jemanden, der perfekt ins Team passt, Erfahrung mitbringt, gute Zeugnisse hat und auch noch vor Motivation strotzt? Das ist sowas wie das Ei des Kolumbus. Aus meiner eigenen Erfahrung als Angestellter und auch als Unternehmer kann ich Ihnen nur dazu raten, sich Zeit zu nehmen. Treffen Sie die Wahl nicht auf die Schnelle, sondern prüfen Sie die Kandidaten sorgfältig. Denn es sind nicht die Schulnoten, die darüber entscheiden, ob jemand das Zeug zum Top-Verkäufer hat.

Ich weiss noch genau, wie ich meine erste Stelle als Verkäufer bekommen habe. Zuerst habe ich Bewerbungen geschrieben. Jede Menge, um genau zu sein. Ich schrieb 150 Bewerbungen und kassierte eine Absage nach der nächsten. Klar, keiner wollte einen Verkäufer Anfang Zwanzig haben. Doch ich konnte verkaufen! Alles was ich benötigte, war eine Chance, genau das zu beweisen. Da kam mir eine Idee: Anstatt mich auf die nächste ausgeschriebene Stelle schriftlich zu bewerben, griff ich zum Telefon und rief einfach beim Geschäftsführer an.

Klar hätte das schiefgehen können. Doch ich hatte Glück: Ich wurde durchgestellt und war mitten im Verkaufsgespräch. Und der Chef? Dem machte das Ganze Spass. Ein Jungspund, der es so richtig wissen wollte – das hatte er auch noch nicht erlebt. Lange Rede, kurzer Sinn: Nach wenigen Minuten hatte ich den Termin für ein Vorstellungsgespräch in der Tasche. Ich fuhr also hin – und erlebte ein geiles Gespräch.

Aus heutiger Sicht bin ich extrem dankbar für das, was ich an diesem Tag lernen durfte. Denn dieser Mann wusste genau, wie er sehr gute von guten Mitarbeitern unterscheiden konnte. Das ist eine hohe Kunst und eine der wichtigsten Fähigkeiten, die ein Unternehmer haben muss. Er fragte mich Lächer in den Bauch, ich glaube das Gespräch dauerte fast drei Stunden. Am Ende kannte er meine komplette Geschichte und meinen familiären Hintergrund.

Ich fragte mich damals, warum er alles so genau wissen wollte. Heute weiss ich: Das ist verdammt schlau. Denn als Chef stellst du immer Menschen ein – nicht deren Fähigkeiten. Die Noten und Zeugnisse sind alles nur Verpackung, auf den Inhalt kommt es an! Alle anderen hatten mir nur vor den Kopf geschaut und mich auf Grund meiner zugegebenermassen nicht gerade berauschenden Noten direkt aussortiert. Hey, was nützen die besten Schulnoten, wenn sich nach einer Woche herausstellt, dass dein neuer Vorzeige-Mitarbeiter deine Werte nicht teilt?



Wie finde ich überhaupt die richtigen Mitarbeiter? (Bild: © racorn – shutterstock.com)

Auch ein hochqualifizierter Blödmann ist und bleibt ein Blödmann. Prüfen Sie daher immer die Menschen, nicht die Unterlagen! Oder wie der Engländer sagt: „Hire for attitude, not for skills!“ – Stellen Sie niemanden auf Grund seiner Fähigkeiten ein, sondern nach seiner Einstellung. Denn kein Vertriebstrainer der Welt kann Ihnen helfen, wenn Ihr neuer Mitarbeiter einfach keine Freude am Verkaufen hat.

## Mit der Unterschrift fängt die Arbeit erst an

Und wie geht es weiter, wenn Ihre Wunschkandidaten den Vertrag unterzeichnet haben? Mit der Mitarbeiterauswahl allein ist es nicht getan – die Führungsarbeit fängt erst danach richtig an. Wie nah sollte ich als Chef an einem neuen Teammitglied dranbleiben? Ein Patentrezept gibt es dafür nicht. Gerade bei „Frischlingen“ ist es sinnvoll, die Leine eher kürzer zu halten und genau zu schauen, wie sich die Neuen so machen.

Da ist es gut, ein Auge auf die Frequenz zu haben, mal bei Telefonaten daneben zu sitzen und die verfassten Analysen zu lesen. In meiner Anfangszeit war das genauso. Ich habe meine Ausbildung zum Gross- und Einzelhandelskaufmann in einem Elektrohandel gemacht und dort durfte ich bei allem mit anpacken – unter den wachsamen Augen des Chefs. Ich kam überall rum und er brachte mir nach und nach bei, was ich so wissen musste.

Er merkte schnell, dass ich ein besonderes Händchen für den direkten Kundenkontakt hatte. Daher durfte ich irgendwann selbstständig den Ein- und Verkauf von Lampen machen – darin war ich richtig gut. Ich denke Sie sehen, worauf ich hinaus möchte: Bleiben Sie dran und schauen Sie, wie sich Ihre Neulinge machen. Sind erste Erfolge da, können Sie ihnen nach und nach mehr Raum geben und Verantwortung übertragen. So motivieren Sie Ihre Mitarbeiter und fördern sie in ihrer Entwicklung zu motivierten, optimistischen und begeisterten Verkäufern.



## 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](http://bit.ly/warum-keiner) oder in der Buchhandlung Ihres Vertrauens

Artikelbild: © OPOLJA – shutterstock.com

Zum Autor

Letzte Beiträge



### Über Martin Limbeck

Martin Limbeck ist einer der meistgefragten und renommiertesten Business-Speaker und Verkaufsexperten auf internationaler Ebene. Seit mehr als 20 Jahren begeistert er mit seinem Insider-Know-how und praxisnahen Strategien Mitarbeiter aus Unternehmen 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 prägende 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.

## SOCIAL MEDIA

## MEISTGELESEN

Neues Interview mit Wirtschafts-nobelpreis-Träger veröffentlicht

Massnahmen gegen zukünftigen Apothekermangel erforderlich

Mit Internetbannern effektiv werben

Vertrauen und andere Bagatellen

Bannerwerbung mit Riesen-Reichweite bei der Agentur belmedia – 500'000 Besucher monatlich

Start-up Marketing: Wie Sie Ihr Unternehmen von Anfang an hervorragend positionieren

Aufgeben, bevor man es angefangen hat

## EMPFEHLUNGEN

## PUBLIREPORTAGEN

## TOP AUTOREN

**Olaf Hoffmann**  
Hinter jedem grossen Mann steht eine starke Frau und anders herum

**Janine El-Saghir**  
Mitarbeitermotivation – mit Geld allein ist es nicht getan

**Alin Cucu**  
5 Strategien für mehr Newsletter-Abonnenten