

Beraten und Verkaufen



(c) Istock/Stadtrat

STRENGE RECHNUNG, GUTE FREUNDSCHAFT: GLEICHER PREIS FÜR ALLE!



„Och Martin, wir kennen uns doch schon so lange ... Kannst du da nicht noch **was am Preis machen?**“ Ganz ehrlich: Ich hasse solche Fragen. Viele meiner Kunden sind Wiederholungstäter und den ein oder anderen zähle ich nach langjähriger Zusammenarbeit auch zu meinen Freunden. **Doch ich bin nicht die Wohlfahrt.** Wenn ich jedem einen Freundschafts-, Fußballkumpel-, Schönwetter- oder Sonst-was-Nachlass einräumen würde, könnte ich mein Unternehmen dicht machen. So läuft das nicht.

Von Martin Limbeck

Sie gehen doch auch nicht in Ihre Stammkneipe und fragen, ob Sie als treuer Gast das Bier 20 Cent günstiger bekommen, oder? Mit der Kundenfreundschaft ist das so eine Sache. Natürlich willst du als Verkäufer eine gute und langfristige Beziehung zu deinen Geschäftspartnern aufbauen. Doch die Grenzen zwischen Freundschaft und Verpflichtung sind fließend. Das habe ich selbst schon am eigenen Leib erfahren. Ich lernte vor Jahren einen Vertriebsleiter aus der Fitnessbranche kennen. Irgendwann bekam ich dann ein Päckchen von ihm, gefüllt mit Energieriegeln und Eiweißshakes. Klar habe ich mich als Hobbysportler darüber gefreut – gleichzeitig kroch in mir jedoch das Gefühl hoch, etwas zurückgeben zu müssen.

In so einer Situation packt dich das Gesetz der Reziprozität mit voller Macht. Ich gebe, damit du gibst. Oder, in einem Wort: Dankesschuld. Also schickte ich ihm Bücher und CDs, später auch mal eine Flasche Wein. Sie ahnen, worauf ich hinaus will: Irgendwann fragte er mich bei einem gemeinsamen Essen, ein Seminar für seine Mitarbeiter zu halten. In meinem Gehirn begann es zu rattern: „Welchen Preis setze ich da an?“ „Wäre er beleidigt, wenn ich ihm keinen Freundschaftsbonus gebe?“ Keine einfache Entscheidung. In solchen Situationen ist es schwierig, die persönliche Distanz zu wahren und in den Business-Modus zu schalten. Doch genau das macht einen Top-Verkäufer aus. Lassen Sie sich nicht verbiegen! Eine wirklich gute Geschäftspartnerschaft bedeutet immer professionelle Distanz, um klare Ansagen zu machen und sich gegenseitig Respekt entgegenzubringen. Nach dem Abschluss ist noch genug Zeit, um über Privates zu plaudern.

STEHEN SIE ZU IHREN PRINZIPIEN

Gut, ich habe auch schon ein Auge zugezückt und bin mit dem Preis ein bisschen runtergegangen. Doch hier ist Vorsicht geboten: Wenn Ihr Kunde merkt, dass er das gute Verhältnis zu Ihnen ausnutzen kann, wird er es immer wieder versuchen. Nicht nur, wenn es um den Preis geht, sondern auch bei Stornoregelungen, Zahlungszielen und Service-Upgrades. Eins sollten Sie sich daher immer wieder ins Gedächtnis rufen: Sie sind nicht der Anwalt Ihres Kunden. Er ist erwachsen, also nennen Sie ihm Ihren Preis und lassen Sie ihn entscheiden. Gerade weil Sie ein gutes Verhältnis haben, hat Ihr Kunde es umso mehr verdient, dass Sie ihm gegenüber ehrlich und selbstbewusst auftreten und zu Ihren Prinzipien stehen. Und eins dieser Prinzipien lautet ganz klar: Der Preis steht. Also seien Sie nicht einer dieser Kumpeltypen, die teure Rabatte gewähren, weil sie Privates mit Geschäftlichem vermischen. Für mich hat sich ganz klar eine Regel bewährt: Gute Freundschaft, strenge Rechnung.

Martin Limbeck ist Inhaber der **Martin Limbeck® Training Group**, Experte für **Blended Learning Systeme** zudem **Business-Speaker** und **Verkaufs-Spezialist** auf internationaler Ebene. Seit 25 Jahren begeistert er mit seinem **Insider-Know-how** und **praxisnahen Strategien** Mitarbeiter aus **Management** und **Verkauf**. **Limbeck** ist **Certified Speaking Professional 2011 (CSP)**, **International Speaker of the Year 2012** und **Top-Speaker of the Year 2014**.

Das neue Buch von Martin Limbeck **„Limbeck Laws - Das Gesetzbuch des Erfolgs in Vertrieb und Verkauf“** ist im **Gabal-Verlag** erschienen und ab **19. September** für **19,90 Euro** (**20,50 Euro** in Österreich) im Handel erhältlich.

UND NÄCHSTE WOCHE FOLGT TEIL 4!

Martin Limbeck

Termine



30.08.2016 (Ganztägig) | Düsseldorf

HORIZONT - Werbewirkungsgipfel

Veranstalter: dfv Conference Group GmbH



30.08.2016 (Ganztägig) | Zürich

10. Fachmesse SuisseEMEX

Veranstalter: EMEX Management GmbH

Jobbörse



TÜV NORD Vertriebsmitarbeiter für Bildungsdienstleistungen im Bereich **Textile Ausbildungen** für die Region **Aachen und Mönchengladbach w/m**

Gewünschtes Eintrittsdatum: ab sofort

Ort: Mönchengladbach