



12. Juli 2016



Martin Limbeck

„Mimen Sie nicht den Psychologen: Verkäufer sind keine Berater!“

Auch gut informierte Kunden wünschen Beratung. Das bedeutet aber nicht, nie auf den Punkt – also den Abschluss – zu kommen und das Gespräch unnötig in die Länge zu ziehen. „Nur 08/15-Verkäufer reden lieber um den heißen Brei rum“, weiß Trainer und Top-Speaker Martin Limbeck.

[» Weiterempfehlen](#)[» Kommentieren](#)[» Drucken](#)

Ähnliche News

- [» ARAG legt starke Halbjahresbilanz vor und schließt Landesgeschäftsstellen](#)
- [» VAV ist ÖGVs-Testsieger bei KFZ-Versicherungen](#)
- [» Gewissenhafte Risikoerhebung macht sich bezahlt!](#)
- [» Generali bringt neuen Erwerbsunfähigkeits-Tarif](#)
- [» Wie Content-Marketing für Vermittler gelingt](#)

von Martin Limbeck

Verkaufen heißt, andere zu Taten zu bewegen. Schön, dass wir drüber gesprochen haben. Natürlich schließt das nicht aus, dass Sie Ihre Kunden beraten. Verstehen Sie mich nicht falsch: Als Top-Verkäufer müssen Sie sogar eine handwerklich saubere Bedarfsanalyse leisten. Und dazu gehört, herauszufinden, welche Bedürfnisse der Kunde hat und mit ihm gemeinsam zu ermitteln, welches Ihrer Produkte am besten passt. Viele mittelmäßige Verkäufer vergessen dabei leider, dass das Verkaufen ihre Hauptaufgabe ist.

Gehen Sie gerne gut essen? Ich vergleiche Verkaufen gerne mit einem schicken 5-Gänge-Menü. Die Begrüßung ist die Vorspeise, die Bedarfsanalyse der erste Gang, die Beratung der zweite ... Stopp! Sie merken, worauf ich hinaus will, oder? Die einzelnen Portionen dürfen nicht zu groß bemessen sein, sonst schafft es der Kunde niemals bis zum Nachtschlaf. Und wenn das zu metaphorisch war: Wer seine Kunden nur berät, zwingt sie, woanders zu kaufen. So sieht's aus.

Beraten, aber nicht totreden

Entscheidend ist hier wie so oft das richtige Maß: Ihre Gesprächspartner erwarten eine Beratung, auch wenn sie sich vorher bereits informiert haben. Das ist jedoch kein Freifahrtschein für Sie, mit Ihrem Fachwissen zu glänzen und den Kunden totzuquatschen. Rufen Sie sich den klassischen Ablauf eines Verkaufsgespräch vor Augen: Sie analysieren den Bedarf Ihres Kunden, präsentieren ihm ein passendes Angebot, räumen seine Einwände souverän aus dem Weg und überzeugen ihn von Nutzen und Mehrwert, so dass der Preis auch geklärt ist. Große Preisfrage: Was kommt dann? Natürlich der Abschluss! An dieser Stelle trennt sich die Spreu vom Weizen. Top-Seller haben die nötigen Cochones, um ihrem Gegenüber die alles entscheidende Frage zu stellen. Nur 08/15-Verkäufer reden lieber um den heißen Brei rum und gehen die Details wieder und wieder durch. Hallo? Viele von denen würden es nicht mal mitbekommen, wenn der Kunde sie auf Knien anbettelt, endlich kaufen zu dürfen!

Das Wesentliche ist der Abschluss

Beispiel gefällig? „Wie Sie sehen, bietet Ihnen unsere Geldanlage absolute Sicherheit bei völliger Flexibilität. Sie können über die Höhe Ihrer Einlage frei entscheiden und bekommen immer die gleichen Zinsen. Wenn Sie Ihr Geld für drei Jahre fest anlegen, garantieren wir Ihnen wie gesagt einen festen Zinssatz von 1,8 %. Bei einem Tagesgeldkonto oder dem klassischen Sparbuch bekämen Sie einen deutlich niedrigeren Zinssatz. Gerne rechne ich Ihnen nochmal schnell den Unterschied aus ...“ Spätestens an dieser Stelle schläft Ihnen der Kunde ein! Wie wäre es, wenn Sie stattdessen einfach den Sack zumachen mit einem knackigen „Herr Kunde, schön, dass wir gemeinsam die für Sie passende Lösung gefunden haben. Dann lassen Sie uns loslegen!“ Verlieren Sie sich nicht in Details, sondern konzentrieren Sie sich immer auf das Wesentliche: den Abschluss!

Der Autor

Martin Limbeck ist Inhaber der Martin Limbeck® Training Group, Experte für Blended Learning Systeme und einer der meistgefragten und renommiertesten Business-Speaker und Verkaufs-Spezialisten auf internationaler Ebene. 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 zu einem der effektivsten und wirksamsten Redner gemacht.

Anzeige

