



11. Mai 2016



Martin Limbeck

Achtung, Fettnäpfchen! Was Sie in Sachen Smalltalk beachten sollten

„Hatten Sie einen guten Flug?“ – „Sonst wäre ich jetzt ja nicht hier.“ Autsch. Treffer und versenkt. Diese Klatsche habe ich mir selbst als Verkäuferfrischling von einem ziemlich schlagfertigen Kunden abgeholt. Heute kann ich mir da nur an den Kopf packen. Mensch Limbeck, was hast du dir dabei nur gedacht?

von Martin Limbeck

Glauben Sie mir: Es geht auch noch peinlicher. Ich habe in meinem Büro ein superschickes Aquarium mit allem Pipapo. Letztens war ein Handwerker bei mir, der mich dann allen Ernstes fragte: „Mögen Sie Fische?“ Da war ich glatt sprachlos. „Nein, ich habe mein Sushi gerne besonders frisch“, wäre eine gelungene Antwort gewesen. Was ich Ihnen mit diesen Anekdoten sagen möchte: Wenn Sie zu Beginn eines Kundentermins gern sogenannte Eisbrecher-Fragen stellen oder Smalltalk machen, um eine lockere Atmosphäre herzustellen, dann hören Sie sofort damit auf! Ersparen Sie Ihren Kunden Aussagen, die nichts anderes erklären als das, was offensichtlich ist. Sie gehen doch auch nicht ins Stadion und fragen die Spieler, ob sie gern Fußballer sind. Oder in eine Vernissage und fragen den Künstler, ob er gern malt.

Anzeige

FiNUM. wächst!
Und sucht kompetente Berater.

[» Weiterempfehlen](#)

[» Kommentieren](#)

[» Drucken](#)

Ähnliche News

- [» Valida Vorsorgekasse erhält Nachhaltigkeits-Zertifikat](#)
- [» Fachverband vergibt OMDs-Award an Versicherer](#)
- [» Helmut Karner verantwortet Neuausrichtung der Gothaer in Österreich](#)
- [» Wissen ist ein unschätzbare Vorteil im Risiko- und Kapitalmanagement](#)
- [» Zertifikate-Markt wächst im April](#)

Vom Plaudern zum Verkaufsgespräch

Ok, es gibt eine wichtige Ausnahme: Wenn Ihr Kunde von sich aus das Smalltalk-Minenfeld betritt, sollten Sie ihn ein paar Schritte begleiten, um ihn nicht zu brüskieren. Entscheidend ist hier, dass Sie die Uhr im Auge behalten, denn Zeit ist Geld. Natürlich weiß Ihr Gegenüber auch, dass Sie als Verkäufer wegen eines Auftrags da sind. Doch gerade redselige Gemüter neigen gelegentlich dazu, sich in der Plauderei zu ergehen und alles Geschäftliche zu vergessen. Am besten, Sie bauen mit einer begründeten offenen Frage geschickt eine Brücke, die Ihr Gegenüber zurück zum eigentlichen Gesprächsthema führt. „Herr Kunde, um zu ermitteln, welche Komponenten in Ihr maßgeschneidertes Vorsorgepaket gehören sollten, worauf legen Sie beim Thema Absicherung besonders viel Wert?“

Beim ersten Kontakt ist Smalltalk ein No-Go

Bitte verstehen Sie mich nicht falsch. Ich finde Smalltalk per se gar nicht schlecht. Wenn das Thema passt, sorgt er für eine gute Gesprächsatmosphäre und trägt dazu bei, die Kunden in Kauflaune zu bringen. Doch gerade beim Erstkundenkontakt ist Smalltalk für mich ein No-Go. Viel zu groß ist die Gefahr, in ein Fettnäpfchen zu treten, das Sie unter Umständen den ganzen Auftrag kosten kann. Warten Sie daher lieber, bis Ihr Kunde Vertrauen gefasst hat und Sie besser einschätzen können, worüber Sie mit ihm oder ihr reden können. Für mich gibt es dann auch keine Tabus. Glauben Sie mir, Sie können zum richtigen Zeitpunkt mit dem passenden Kunden über alles reden, inklusive Politik, Religion, Sex und anderer ansonsten heikle Themen. Doch bitte vergessen Sie dabei nicht, weshalb Sie eigentlich vor Ort sind: Sie sind Verkäufer und wollen etwas verkaufen!

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.