



Martin Limbeck

## Verkäufer sind keine Prospektverteiler: Zeigen Sie, was Sie zu bieten haben!

14. September 2016

„Ich gebe Ihnen gerne ein paar Unterlagen mit, damit Sie die einzelnen Anlagemöglichkeiten in Ruhe vergleichen können. Melden Sie sich einfach, wenn Sie Fragen haben!“ Wenn ich sowas höre, könnte ich echt aus der Haut fahren. Was war nochmal Ihr Job als Verkäufer? Richtig: Verkaufen! Sie glauben doch nicht im Ernst, dass sich der Kunde nach dieser lausigen Beratung nochmal melden wird. Ich kann es nicht oft genug sagen: Verkäufer sind keine Verteiler!

» Weiterempfehlen

» Kommentieren

» Drucken

### Ähnliche News

- » SAFE 7: Zusammenschluss zur größten unabhängigen Bestandsholding in Österreich
- » Wiener Städtische: Bonus für E-Fahrzeuge
- » g&o Gruppe gewinnt neuen Partner in Gmunden
- » Dialog erzielt erneut Bestnoten für BU-Tarife
- » Schulden der Österreicher steigen über-, Vermögen unterdurchschnittlich

von Martin Limbeck

Leichter gesagt als getan. Denn viele 08/15-Verkäufer scheuen sich davor, den Kunden direkt zu konfrontieren und abzuchecken, wo der Schuh drückt. Kennen Sie den Spruch „Nur sprechenden Menschen kann geholfen werden?“ Bei meiner Oma war das ein geflügeltes Wort, wenn ich nicht mit der Sprache rausrücken wollte. Und natürlich hatte sie Recht! Also trauen Sie sich und machen Sie den Mund auf: „Herr Kunde, wie kann ich Ihnen helfen? Gerne helfe ich Ihnen, die Finanzierung zu finden, die genau zu Ihnen passt!“

Ja, so ein Gespräch kann schon mal länger dauern. Und es kann auch passieren, dass Ihr potenzieller Kunde trotz aller Mühen nicht anbeißt. Bitte machen Sie an dieser Stelle nicht den Fehler, das als vertane Zeit zu verbuchen. Jedes Kundengespräch ist wertvolle Lehrzeit für Sie – völlig egal, wie es ausgeht. „Ich habe die Nase voll von diesen ganzen Typen, die sich immer nur beraten lassen und dann doch nichts abschließen! Bei mir gibt's nur noch Kurzgespräche und danach ein Angebot!“ So können Sie es natürlich auch machen. Vorausgesetzt, Sie wollen sich jede Menge Zeit mit dem Schreiben von Angeboten um die Ohren schlagen, auf die Sie ebenfalls nie wieder etwas hören werden.

### Kundennutzen hat immer oberste Priorität

Nutzen Sie die Zeit stattdessen sinnvoller und zeigen Sie Ihren Kunden direkt, was Sie zu bieten haben. Und damit meine ich nicht, dass Sie Ihren gesamten Angebotskatalog runterrattern sollen. Natürlich sind Produktdetails und Leistungsmerkmale nett. Doch im Zentrum Ihres Kundengesprächs sollte immer nur eins stehen: Der Kundennutzen. Denn Ihren Gesprächspartner interessiert es nicht die Bohne, dass Ihre „Pensioner Plus“ dreimal in Folge zur besten Altersvorsorge gewählt wurde, wenn er eine Hausfinanzierung benötigt. Den Kunden interessiert nur der Nutzen eines Angebots, den er selbst hat, der individuelle Benefit, der spezifische Mehrwert, den er von diesem Produkt hat. Vergessen Sie das nie. Denn darauf kommt es bei jedem Ihrer Schritte an: In der Bedarfsanalyse, in der Angebotspräsentation, in der Einwandbehandlung, im Preisgespräch und in der Abschlussphase.

Also, wo stehen Sie: Beraten Sie noch oder verkaufen Sie schon?

### 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

