

Der Autor

Martin Limbeck
Premium
<http://www.martinlimbeck.de/>

Weitere Artikel des Autors

- Sprechen Sie „kundisch“? Verkaufen bedeutet, Kunden glücklich zu machen!
- Einmal gekauft hat er schon | Was Sie in Sachen Extrameile von einem Taxifahrer lernen können!
- Praxistipp Nr.313 | Es ist nicht entscheidend, wen du kennst | Entscheidend ist, wer dich kennt!
- Werden Sie nicht zum „Ghost“ | Nach dem Abschluss ist vor dem Abschluss!

Die Riester-Rente: Aus Ihrer Sicht den Kunden zu empfehlen?

- Ja, ist eine funktionierende Geldanlage
- Nein, zu wenig Rendite... und das Alter
- Jein, es kommt wirklich auf den Einzelfall an

Jetzt abstimmen!

COMMERZBANK

Weil Sie auch von einem kostenlosen Girokonto* Top-Leistungen erwarten.

Jetzt kostenloses Girokonto* eröffnen



28.11.2016 | Nachrichten Navigator

„Sehr geehrter Herr Limbeck, wir haben heute ein tolles Angebot für Sie! Werfen Sie einen Blick in den beiliegenden Prospekt und überzeugen Sie sich selbst von unseren günstigen Konditionen ...“ Ganz ehrlich? Mich hat noch kein Verkäufer dazu gebracht, Prospekte zu lesen. Zugegeben, ich bin kein einfacher Kunde. Auch im 1:1 Gespräch lasse ich mich nicht mit bloßen Fakten ködern. Sicher kennen Sie auch solche Typen, die Verkaufen primär als das Aufzählen von Produktmerkmalen und -vorteilen verstehen, oder? Der Haken an der Sache: das sind keine Verkäufer. Sondern Prospektverteiler, Detail-Junkies oder Info-Duscher, die das Wichtigste völlig vergessen: Im Mittelpunkt steht immer der individuelle Nutzen des Angebots für den Kunden!

Ich kann es nicht oft genug sagen: Das wahre und – im Sinne der Kundenbindung – nachhaltigste Ziel eines richtig guten Verkäufers ist es, zu erkennen, was der Kunde wirklich will. Er stellt sich immer wieder die Frage: Warum soll dieser Kunde ausgerechnet mein Angebot auswählen? Was hat er davon? Und wie kann ich ihm eine Brücke zu meinem Angebot bauen? Mit nackten Fakten funktioniert das nicht. Gute Angebote für eine Altersvorsorge bekomme ich überall. Entscheidend ist für mich, dass sich der Verkäufer in meine Lebenssituation hineinversetzt und sich mit meiner Person beschäftigt. Mir zum Beispiel direkt noch einen Vorschlag macht, wie ich auch meine Freundin absichern kann. Und das eine Haftpflicht für meinen Hund vielleicht auch keine schlechte Idee wäre.

Was Sie von einem Hundefuttervertrieb lernen können

Apropos Hund: Meiner ist gerade ein Jahr alt geworden. Da ich so viel Freude an ihm habe, ist er natürlich auch auf meinem Facebook-Kanal immer wieder präsent oder läuft auch mal im Video durchs Bild. Sprich: Es ist nicht schwer herauszubekommen, seit wann ich den Kerl habe und wie viel er mir bedeutet. Zu Egos Geburtstag hat mich ein Unternehmen, das auf den Vertrieb von hochwertigem Hundefutter spezialisiert ist, so richtig begeistert! Ich bekam ein Paket, darin enthalten: eine hochwertige, individuell gestaltete Holzbox mit Hundefutter in Geschenkütten und ein handgeschriebener Brief. Während ich den Brief las, hat sich ein breites Grinsen auf meinem Gesicht ausgebreitet – so geht Kundenbegeisterung! Denn der Brief war gar nicht für mich, sondern an Ego gerichtet. Indirekt natürlich schon an mich – Sie verstehen schon. ;-) Darin gratulierte das Unternehmen meinem Hund zum Geburtstag, einige nette Worte über sein gutes Herrchen durften natürlich auch nicht fehlen – sowie der Wunsch an Ego, sich doch selbst von der Qualität des „Porsche“ unter den Hundefutterherstellern zu überzeugen. Wie geil ist das denn bitte?! Ich bin viel unterwegs, da ist die Lieferung direkt ins Haus echt praktisch. Und wenn es Ego schmeckt – umso wichtiger! Sicher können Sie sich denken, wo ich ab sofort das Futter für meinen treuen Begleiter kaufen werde.

Hier hat ein Verkäufer erstklassige Arbeit geleistet und den Fokus nicht auf seinen Umsatz gerichtet, sondern darauf, was mir als Kunden wirklich wichtig ist: das Wohlergehen meines Hundes. Eigentlich ganz einfach. Vorausgesetzt, Sie machen Ihre Hausaufgaben und beschäftigen sich im Vorfeld Ihres Termins auch ein bisschen mit Ihrem Gegenüber. Und kommen Sie mir jetzt nicht mit „Dafür habe ich keine Zeit!“ In nicht mal 15 Minuten können Sie dank Google und Facebook schon einen guten Eindruck davon gewinnen, wie Ihr Gesprächspartner so tickt. Mein Tipp: Setzen Sie sich einfach mal auf den Stuhl Ihres Kunden und sehen Sie die Welt mit dessen Augen. Dann klappt's auch mit dem Abschluss!

[<- Zurück zu: Vertriebsnachrichten](#)

Multimedia

Autoren auf Vertriebsnachrichten. Finanzberater, Coaches, Trainer und interessante Menschen.

