

Vertrieb [» Alle Artikel](#)

Verkaufstrainer Martin Limbeck

„Manche Verkaufsgespräche erfüllen den Tatbestand der Körperverletzung“



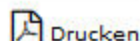
Verkaufstrainer und Buchautor Martin Limbeck.

© privat



Stümperhafte Fakten statt Fachwissen, Prospekte statt Erklärungen, Monologe ohne Punkt und Komma statt dem Kunden mal zuzuhören: Viele Verkaufsgespräche laufen eher suboptimal ab, beobachtet Verkaufstrainer und Buchautor Martin Limbeck. Das muss aber nicht sein. Welche Tipps er für besseres Beraten parat hat, lesen Sie in seinem Gastbeitrag.

29.11.2016 09:14 | Autor: Martin Limbeck



Was macht aus Ihrer Sicht einen richtig guten Verkäufer aus? Seine Abschlussquote, die Zahl seiner täglichen Telefonkontakte und der Tachostand seines Dienstwagens? Natürlich sind das keine schlechten Indikatoren. Doch um dauerhaft erfolgreich zu sein, brauchen Verkäufer vor allem folgendes: Motivation, Begeisterungsfähigkeit, Überzeugungskraft und Selbstvertrauen.

Mehr zum Thema

Vertrieb
So können sich Makler als Experte in einer Zielgruppe positionieren

Neun Tipps für mehr Verständlichkeit
Mit Bildsprache im Beratungsgespräch punkten

PKV-Vergleich
„Je mutiger der Makler, desto passender der Tarif“

Logisch, denken Sie? Dann spielen Sie wahrscheinlich auch in der Sales Champions League. Sie glauben nicht, was ich schon alles erlebt habe. Manche Verkaufsgespräche erfüllen wirklich den Tatbestand der Körperverletzung. Da werden stümperhaft Fakten heruntergebetet und schlimmstenfalls merkst du sogar, dass der Möchtegern-Verkäufer keinen blassen Schimmer von dem hat, was er dir gerade versucht aufzuschwatzen.

Auf Nachfragen reagiert er ausweichend und drückt dir schnell einen Stapel Broschüren in die Hand. „Damit Sie zu Hause noch mal alles in Ruhe nachlesen können.“ Ganz ehrlich: Bisher hat mich noch kein Verkäufer dazu gebracht, Prospekte zu lesen. Die wandern sofort in den chinesischen Rundordner aka Papierkorb.

Du kannst nur das verkaufen, hinter dem du stehst

Klar, jeder von uns hat mal klein angefangen. Als junger Kerl habe ich alles verkauft, was nicht niet- und nagelfest war. Ein Kumpel von mir hatte irgendwoher gefälschte Lacoste-Poloshirts. Die waren in den 80ern der letzte Schrei, die coolen Kids standen total darauf. Ich hatte schon damals ein Händchen zum Verkaufen und habe die Leute schwindelig gequatscht. Die Dinger gingen bei mir weg wie warme Semmeln.

Heute würde ich von sowas natürlich die Finger lassen. Doch ich war jung und brauchte das Geld. Entscheidend ist dabei etwas ganz anderes. Wissen Sie, wieso ich die Shirts so super verkaufen konnte? Weil ich es unbedingt wollte. Weil ich mich total reingehangen und tausend Gründe rausgearbeitet habe, warum jeder so ein Teil haben musste.

Als Verkäufer können Sie nur dauerhaft Erfolg haben, wenn Sie hinter Ihrem Produkt, Ihrer Dienstleistung, Ihrem Unternehmen und Ihrer Marke stehen. Denn wie sonst wollen Sie Ihre Kunden überzeugen, wenn Sie selbst nicht Feuer und Flamme sind? Wie können Sie Ihre Kunden mitreißen, wenn Sie nicht selbst absolut begeistert von Ihrem Angebot sind? Begeisterung ist natürlich nicht alles – doch ohne Begeisterung ist alles nichts. Die Identifikation mit Ihrem potenziellen Klienten ist mindestens genauso wichtig. Betrachten Sie Ihr Angebot mit seinen Augen, um die Vorteile und den Nutzen für ihn herauszuarbeiten, um an seine Kaufmotive anzuknüpfen.



Neu: WhatsApp-Service



Pfefferminzia Highnoon - jetzt täglich per WhatsApp informiert. Einfach Nummer eintragen und Sie bekommen täglich zum Mittag die drei Topnews des Tages auf Ihr Smartphone.

+49 15792362498

© by WhatsBroadcast

Netzwerftig

Facebook

Experten-Beitrag

WERBUNG



Thorulf Müller

Interview mit KVProfi Thorulf Müller: „Der Gesetzgeber will das Berufsbild des Maklers unattraktiv machen“



Newsletter



Verpassen Sie keine News und melden Sie sich hier zu unserem wöchentlichen Newsletter an.

Videos



Video: Betriebsrenten-Debakel trotz Nahles-Reform?



Neueste Kommentare



„Manche Verkaufsgespräche erfüllen den Tatbestand der Körperverletzung“

Philip Wenzel

Alles, was hier steht, ist hilfreich. Bei Versicherungen gibt es aber zusätzliche Regularien bei der Beratung und auch starke Einschränkungen im... **mehr**



Falsche Witwe ergauert rund 170.000 Euro

Wilfried Strassnig

Richtig seriös-cum cum cum ex lässt grüssen..... **mehr**



„Der Gesetzgeber will das Berufsbild des Maklers unattraktiv machen“

Vertrieb [» Alle Artikel](#)

Verkaufstrainer Martin Limbeck

„Manche Verkaufsgespräche erfüllen den Tatbestand der Körperverletzung“

- Seite 2 -



29.11.2016 09:14 | Autor: Martin Limbeck

Drucken

Der Schlüssel zum Erfolg: Neugierde und Menschenkenntnis

Sie möchten herausfinden, wie Ihr Kunde tickt und was ihm wichtig ist? Dann kommen Sie mir jetzt bitte nicht mit einer notdürftigen Bedarfsanalyse nach der Standardfragen-Checkliste. So wird das nichts.

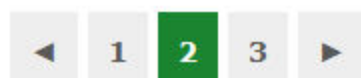
Wieso fragen Sie nicht einfach gezielt nach? „Was ist Ihnen wichtig bei Ihrer Versicherung?“ „Was erhoffen Sie sich von unserer Altersvorsorge?“ „Welche Ziele haben Sie in Verbindung mit dieser Geldanlage?“ Mit solchen Fragen kommen Sie nicht nur dem offensichtlichen Bedarf Ihres Kunden auf die Spur, sondern auch seinen verborgenen Bedürfnissen, also den Wünschen, Hoffnungen, Erwartungen, Träumen, die er mit dem Kauf verbindet – eben seinen Kaufmotiven.

Und noch etwas: Viele Verkäufer neigen dazu, ohne Punkt und Komma zu reden. Frei nach dem Motto „viel hilft viel“ wird der Kunde regelrecht mit Informationen übergossen, damit er ja keine Einwände äußern kann. Das ist eher suboptimal. Ich kann verstehen, dass Sie mit Ihrem Produkt glänzen wollen. Doch die Hauptrolle in einem Verkaufsgespräch spielt immer der Kunde.

Zuhören und beobachten

Mein Tipp daher: Lassen Sie ihn reden. Viel reden. Und Sie? Hören zu und beobachten. Gerade in den ersten Minuten sollten Sie Ihre Antennen ausfahren, um voll auf Empfang zu sein. Denn jede Kleinigkeit kann extrem wertvoll für Sie sein. Wie tritt Ihr Kunde auf? Wie bewegt er sich? Was sagt er? Und vor allem: Wie sagt er es? Achten Sie auf Kleinigkeiten: Legt Ihr Kunde Wert auf gepflegtes Äußeres? Trägt er eine teure, auffällige Uhr? Wie ist sein Büro eingerichtet? Wie sitzt er am Tisch? Guckt er Sie an, während er spricht? Oder schweift sein Blick ab? Hat er eine kräftige oder eher leise Stimme? Spricht er ruhig oder schnell?

Daraus können Sie eine ganze Menge Schlüsse ziehen. Spitzenverkäufer nehmen alle diese Eindrücke innerhalb von Sekundenbruchteilen intuitiv wahr und bauen sie wie Puzzleteile zu einem klaren Kundenbild zusammen. Hier gilt: Je aufmerksamer Sie Ihre Kunden beobachten, desto sicherer können Sie sie einschätzen. Und je besser Sie an die jeweilige Persönlichkeit „andocken“, desto schneller entsteht eine Verbindung zwischen Ihnen und Ihrem Gegenüber.



Neu: WhatsApp-Service



Pfefferminzia Highnoon - jetzt täglich per WhatsApp informiert. Einfach Nummer eintragen und Sie bekommen täglich zum Mittag die drei Topnews des Tages auf Ihr Smartphone.

+49

© by WhatsBroadcast

Netzwertig

Facebook

Experten-Beitrag

WERBUNG



Thorulf Müller

Interview mit KVProfi Thorulf Müller: „Der Gesetzgeber will das Berufsbild des Maklers unattraktiv machen“



Newsletter



Verpassen Sie keine News und melden Sie sich hier zu unserem wöchentlichen Newsletter an.

Videos



Vertrieb > Alle Artikel

Verkaufstrainer Martin Limbeck

„Manche Verkaufsgespräche erfüllen den Tatbestand der Körperverletzung“

- Seite 3 -



29.11.2016 09:14 | Autor: Martin Limbeck

Drucken

Bei Einwänden fängt der Spaß erst richtig an

Für mich sind zwei Dinge so sicher wie das Amen in der Kirche: Silvester wird auch in diesem Jahr wieder verlässlich am 31. Dezember sein – und Ihre Kunden werden Einwände äußern. Wissen Sie, was das Gute daran ist? Sie können sich darauf vorbereiten. Denn die meisten Einwände sind über alle Branchen und Zielgruppen hinweg in ihren Kernaussagen identisch. Doch während die meisten Menschen bereits Tage vor Silvester losziehen und Böller, Zutaten für das traditionelle Raclette und kistenweise Schampus kaufen, mangelt es bei Verkäufern an der Vorbereitung auf Einwände.

Dabei kommen Aussagen wie „Wir haben da schon jemanden“ oder „Die Prämie ist mir nicht hoch genug“ nicht überraschend. Und es besteht auch kein Grund, sofort das Handtuch zu werfen, wenn der Kunde nur das böse Wort mit A anstimmt. Denn an dieser Stelle ist noch gar nichts verloren. Eher im Gegenteil: Für Topseller fängt der Spaß dann erst richtig an.

Ein Einwand bedeutet grundsätzliches Interesse

„Ich finde Ihr Angebot gut, aber ich bin mir nicht sicher, ob die Laufzeit für mich wirklich ideal ist ...“ Haben Sie sich schon mal gefragt, welche Motivation hinter einem Einwand steht? Eigentlich sogar eine sehr positive: Der Kunde signalisiert Ihnen damit, dass er ein Geschäft mit Ihnen eingehen möchte; es gilt nur noch die Details zu klären. Sie haben den Kunden also bereits an der Angel und müssen ihn nur noch geschickt an Land befördern. Daher: Kein Grund zur Panik.

Vielmehr ist sein Einwand eine versteckte Aufforderung an Sie, ihm noch mal zusätzliche Informationen zu liefern und seine Bedenken zu zerstreuen – damit er mit einem guten Gefühl zustimmen kann. Logisch, denn nichts ist beim Verkaufen so wichtig wie die Emotionen. Kaufentscheidungen sind nicht rational. Glauben Sie nicht? Es ist wissenschaftlich erwiesen, dass wir in solchen Situationen unseren Emotionen, Trieben und der Intuition folgen, die im limbischen System unseres Gehirns verankert sind.

Die rationale Erklärung für eine Kaufentscheidung liefert das Großhirn erst im Nachhinein. Letztlich gewinnt im Wettstreit zwischen Verstand und Gefühl also immer das Gefühl. Und als Verkäufer müssen Sie dafür sorgen, dass sich Ihr Gegenüber mit Ihrem Angebot wohlfühlt. Nur so geben Sie ihm die dringend nötige Sicherheit, damit er guten Gewissens kauft und seine Unterschrift unter Ihr Auftragsformular setzt.

Über den Autoren

Martin Limbeck ist Inhaber der Martin Limbeck® Training Group, Experte für Blended Learning Systeme und ein gefragter Business-Speaker und Verkaufsspezialist auf internationaler Ebene. Seit über 25 Jahren gibt er sein Insider-Know-how und seine praxisnahen Strategien an Mitarbeiter aus Management und Verkauf weiter. Für seine innovativen und nachhaltigen Angebote wie den Loop-Prozess® und die Martin Limbeck® Online Academy wurde Limbeck 2016 mit dem Großen Preis des Mittelstandes der Oskar-Patzelt-Stiftung ausgezeichnet. Gerade sind sein neues Buch „**Limbeck Laws – Das Gesetzbuch des Erfolgs in Vertrieb und Verkauf**“ sowie „**Nicht geplant habe ich schon**“ – ein Jahresplaner für Verkäufer – erschienen. Mehr Infos auf www.martinlimbeck.de.

Neu: WhatsApp-Service



Pfefferminzia Highnoon - jetzt täglich per WhatsApp informiert. Einfach Nummer eintragen und Sie bekommen täglich zum Mittag die drei Topnews des Tages auf Ihr Smartphone.

+49

© by WhatsBroadcast

Netzwerktig

Facebook

Experten-Beitrag

WERBUNG



Thorulf Müller

Interview mit KVProfi Thorulf Müller: „Der Gesetzgeber will das Berufsbild des Maklers unattraktiv machen“



Newsletter



Verpassen Sie keine News und melden Sie sich hier zu unserem wöchentlichen Newsletter an.

Videos



Video: Betriebsrenten-Debakel trotz Nahles-Reform?

