



Gefährlicher IBAN-Hack: Wenn ihr diesen Fehler begeht, können Kriminelle euer Konto plündern



Ein Obdachloser sitzt im Polizeiwagen. Dann macht ein Polizist etwas Unglaubliches mit ihm



Wenn ihr diese beiden Apps löscht, wird euer Smartphone sofort schneller



BLOG

Eine offene Plattform für kontroverse Meinungen und aktuelle Analysen aus dem HuffPost-Gastautorennetzwerk



Martin Limbeck

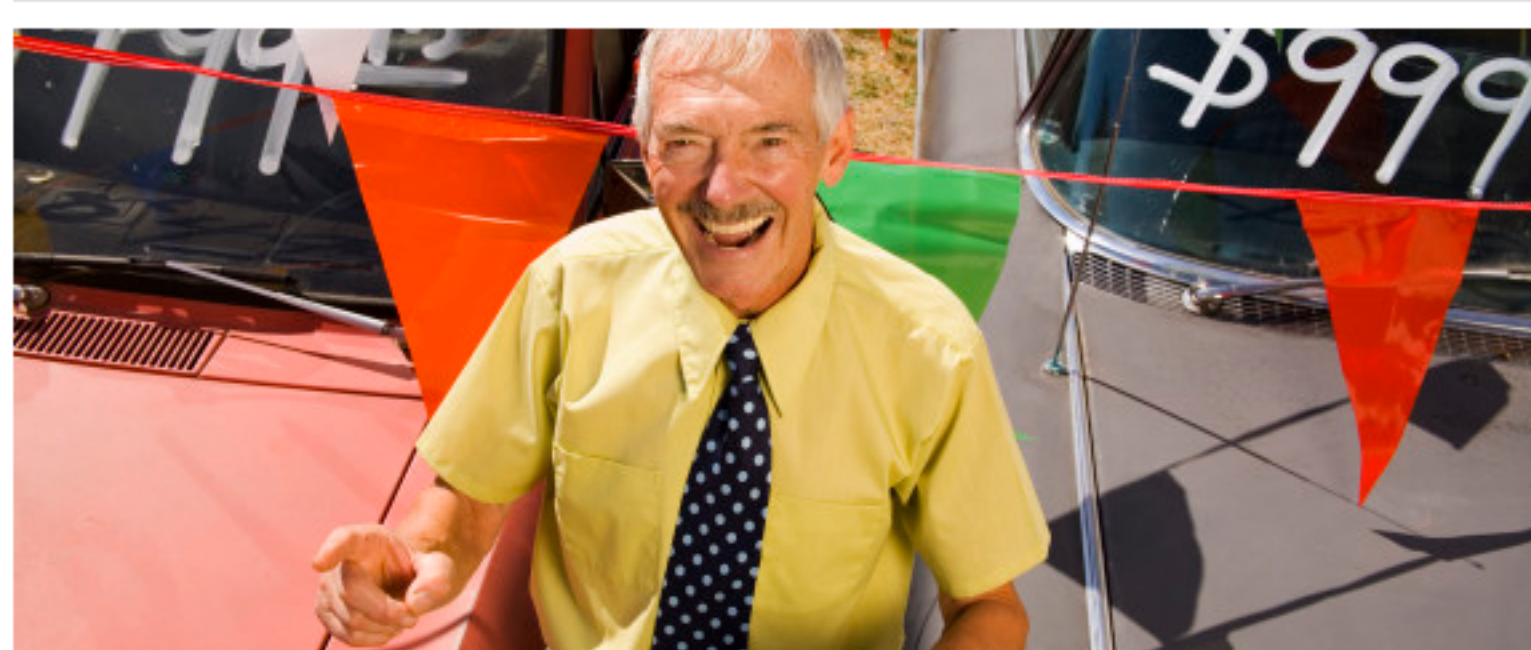
Fan werden



Business-Speaker und Verkaufs-Experte

Kulturwandel im Vertrieb: Ohne Vertrauen geht es nicht!

Veröffentlicht: 31/01/2016 17:33 CET | Aktualisiert: 31/01/2016 17:33 CET



„Ich bin Verkäufer und ich möchte Ihnen etwas verkaufen.“ Mal Hand aufs Herz: Gehen Sie so in ein Verkaufsgespräch? Tagtäglich machen sich in Deutschland tausende von Verkäufern auf den Weg zu ihren Kunden. Doch nur ein Bruchteil davon steht wirklich zu seinem Beruf. Sie glauben nicht, was ich schon alles zu hören bekommen habe.

Ich habe das Gefühl, dass es einen inoffiziellen Wettstreit darum gibt, wer das abstruseste Synonym auf seiner Visitenkarte vorweisen kann. Denn dort steht nicht „Verkäufer“, sondern „Key-Account-Manager“, „Kundenbetreuer“ oder „Vertriebsrepräsentant“. Ich frage mich, wieso das so ist? Muss ich mich heutzutage dafür schämen, Verkäufer zu sein? Darf ich nur noch in zwielichtigen Spelunken flüsternd darüber sprechen, womit ich meinen Lebensunterhalt verdiene? Nicht mit mir.

Doch diese Selbstverständlichkeit geht vielen meiner Kollegen ab. Es scheint, als wäre es im direkten Kundenkontakt schon fast ein Fall von schlimmer Körperverletzung, wenn das böse Wort mit „verk....“ fällt. Anstatt offen auf den Kunden zuzugehen, wird hier rumgedrückt, was das Zeug hält. Da heißt es „Ich würde Ihnen gerne unser neues Produkt vorstellen“, oder „Hätten Sie vielleicht Interesse an einer Demonstration ...“. Es ist höchste Zeit, dass es im Verkauf zu einem Kulturwandel kommt.

Raus aus dem Büßergewand und rein ins Rampenlicht! Denn aus meiner Sicht ist es einer der ehrbarsten Berufe überhaupt. Und nicht nur das: Es ist auch eine Berufung. Wer mit Leidenschaft und Hingabe verkauft, hat es nicht nötig, sich hinter Ausflüchten zu verstecken. Einem Verkäufer, der zu seinem Job steht und dafür brennt, begegnet der Kunde automatisch mit Respekt. Dann bist du für ihn ein ehrlicher und fairer Geschäftspartner, der seinen Job genauso gut machen will wie er selbst.

Kompetenz schafft Vertrauen

„Der Kopf ist rund, damit das Denken die Richtung wechseln kann.“ Kennen Sie diesen Spruch von Francis Picabia? Leider scheinen viele Menschen einen Klotzkopf zu haben, sobald es um das Thema Verkaufen und im speziellen um Verkäufer geht. Doch daran sind wir zum Teil selbst schuld. „Fallen Sie bloß nicht mit der Tür ins Haus, sonst fühlt sich der Kunde bedrängt“ - sicher kennen Sie solche gutgemeinten Ratschläge zu Hauf. Fakt ist: Die Zeiten haben sich geändert. Und mit ihnen auch die Kunden.

Mit Rumgeeiere und rhetorischen Hohlphrasen lässt sich heute niemand mehr hinter dem Ofen hervorlocken. Ehrlich und direkt sind das neue Cool. Denn wir leben in einer Kultur, die durch Informationsüberfluss und Zeitknappheit charakterisiert wird. Dank des Internets haben die Kunden heute schon alle wichtigen Informationen selbst zusammengetragen, Preisvergleiche angestellt und abgewogen, welches Gesamtpaket das Beste für sie ist. Sie fragen sich jetzt, wozu es dann überhaupt noch Verkäufer braucht? Je digitaler unser Leben wird, umso größer wird auch das Bedürfnis nach Vertrauen.

Das bekommen Sie bei keinem Onlineanbieter, egal wie viele begeisterte Kundenkommentare und Smileys die Bewertungsseite pflastern. Ein Restgefühl der Unsicherheit bleibt beim Käufer immer bestehen. Nur ein Verkäufer aus Fleisch und Blut kann ihm die nötige Sicherheit geben und ihm den besten Weg aus dem unübersichtlichen Angebotsdickicht weisen. Doch das gelingt nur, wenn Sie offen dazu stehen, dass Sie der Indiana Jones des Vertriebsdschungels sind! Wenn der Kunde zu Ihnen kommt, ist er sich bereits klar darüber, dass Sie ihm etwas verkaufen wollen.

Also was sollen die Spielchen? Das ist Ihre Chance. Machen Sie sie nicht zunichte, indem Sie nicht mit der Sprache rausrücken. Denn dann nimmt der Kunde im besten Fall Ihre unfreiwillige „Informationsveranstaltung“ mit, holt sich die Bestätigung seiner eh schon feststehenden Entscheidung - und kauft dann beim Wettbewerb oder online. Das ist die Höchststrafe.

Original statt billige Kopie

Was ich Ihnen damit sagen will: Die Zeiten der aalglatten, austauschbaren Verkäufer sind vorbei. Oder würden Sie Ihr Vertrauen einem Typen schenken, der nicht mal frei heraus sagen kann, dass er Ihnen etwas verkaufen möchte? Ich würde das nicht tun. Kunden wollen nur von Siegern kaufen. Von Typen, die ihnen ebenbürtig sind. Was der Verkauf daher braucht, sind mehr echte Typen. Also stehen Sie zu Ihren Ecken und Kanten und verkörpern Sie Ihren Job mit Stolz.

Authentizität und Glaubwürdigkeit sind das, was die neue Vertriebskultur ausmacht. Die Zukunft gehört den Jungs, die gezielt den Abschluss suchen, dabei auf den Kunden und seine Bedürfnisse eingehen und, ohne mit der Wimper zu zucken, sagen können: „Ich bin Verkäufer und ich möchte Ihnen etwas verkaufen.“

Martin Limbeck ist Autor des Buchs *Warum keiner will, dass du nach oben kommst*

...

