



17. Februar 2017



Martin Limbeck

## „Gutes Verkaufen ist auf Nachhaltigkeit angelegt“

Nur wer von seinen Produkten selbst überzeugt ist, kann auch den Kunden glaubhaft dafür begeistern. Ein guter Berater sollte nicht auf das schnelle Geld aus sein, sondern „ehrlich, geradeaus und direkt“ bleiben, sagt Verkaufsprofi Martin Limbeck.

» Weiterempfehlen

» Kommentieren

» Drucken

### Ähnliche News

- » 25 Jahre OVB: Mit 47% Wachstumsplus ins Jubiläumsjahr
- » Diese Risiken schaden Unternehmen am meisten
- » Umfrage: 46% halten Österreichs Pensionssystem für wenig sicher
- » VAV-Haushalt: Bestleistungsgarantie im Schadensfall
- » Allianz SE startet Rückkaufprogramm für eigene Aktien

### von Martin Limbeck

„Und möchten Sie nicht noch eine Elementarschaden-Zusatzversicherung abschließen? Dann brauchen Sie sich keine Sorgen machen, auch wenn bei einem Sturm Dachziegel beschädigt werden!“ Verstehen Sie mich nicht falsch: Natürlich ist es gut, wenn Sie als Verkäufer um das Wohl Ihres Kunden bemüht sind. Und versuchen, ihm das bestmögliche Rundpaket zu schnüren, damit sein Sicherheitsbedürfnis auch befriedigt wird. Doch damit das bei Ihrem Gegenüber auch so ankommt, müssen Sie voll und ganz hinter Ihrem Produkt stehen.

Sie müssen es gut finden, es mögen – es zu einem gewissen Grad sogar lieben. Nein, natürlich nicht so wie Ihren Partner. Doch nur wenn Sie eine ehrliche Begeisterung für Ihre Angebote hegen, können Sie Ihr Gegenüber auch glaubwürdig davon überzeugen. Als ich zu Beginn meiner Sales-Karriere Kopierer verkaufte, hatte ich immer die Gewissheit im Hinterkopf, dass ich meinen Kunden damit etwas Gutes tue. Weil meine Kopierer viel schneller, qualitativ besser und zuverlässiger waren als die des Wettbewerbs. Klar habe ich daran auch eine hübsche Summe verdient. Doch das darf für Sie niemals das Entscheidende sein!

Sie haben nur die Provision im Auge und planen während des Gesprächs bereits innerlich Ihren nächsten Bahamas-Trip? Sorry, so wird das nichts. Glauben Sie mir: Der Kunde merkt, ob Sie wirklich um sein Wohlergehen besorgt und die für ihn beste Lösung finden wollen – oder ob Sie ihm Honig ums Maul schmieren, um mehr Umsatz zu machen. Ganz ehrlich: Das ist für mich Prostitution. Denn Verkäufer, die so handeln, verkaufen sich nicht an den Kunden, nicht an das Unternehmen, sondern nur an ihr Geld.

### Der Kunde kommt immer an erster Stelle!

Klar können Sie das so machen, wenn Sie nur auf das schnelle Geld aus sind. Doch wenn Sie Ihre Kunden so behandeln, hinterlassen Sie nichts als verbrannte Erde. Oder glauben Sie ernsthaft, dass Sie dort nochmal für eine Vertragsverlängerung aufschlagen brauchen? Ich vergleiche das Verkaufen gerne mit einem Wald. Spitzenverkäufer holzen ihn nicht einfach ab, sondern kümmern sich um die Bäume, gießen und pflegen sie. Gutes Verkaufen ist auf Nachhaltigkeit angelegt, auf eine langfristige Zusammenarbeit mit dem Kunden. Idealerweise erreichen Sie ein ausbalanciertes Verhältnis, das sich durch stetes Geben und Nehmen auszeichnet.

Mein Tipp: Bleiben Sie beim Verkaufen ehrlich, geradeaus und direkt. Sagen Sie dem Kunden was Sache ist. Und richten Sie Ihren Fokus immer auf die Bedürfnisse Ihres Gegenübers aus. Ist die Hausratversicherung für den Klienten ausreichend? Dann belassen Sie es erst mal dabei. Denn ein Abschluss, der aus dieser Situation hervorgeht, ist meist auch ein Anfang. Der Anfang einer dauerhaften Kundenbeziehung. Was glauben Sie, wie viel besser es bei Ihrem Kunden ankommt, wenn Sie einige Monate später das Thema Zusatzversicherung ansprechen – zum Beispiel nach einem heftigen Unwetter in seiner Region? Ich denke, wir verstehen uns. Was du gibst, kommt zu dir zurück. Und wer nur nimmt und nie gibt, wird nie erfolgreich sein.

### 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 Verkaufsspezialisten auf internationaler Ebene. Seit über 25 Jahren begeistert er mit seinem Insider-Know-how und praxisnahen Strategien Mitarbeiter aus Management und Verkauf. Dies hat den Trainer des Jahres 2008 und 2011, Certified Speaking Professional 2011 (CSP), International Speaker of the Year 2012, Top-Speaker of the Year 2014 und Vorbildunternehmer der Jahres 2015 zu einem der effektivsten und wirksamsten Vertriebsexperten gemacht. Für seine innovativen und nachhaltigen Angebote wie den LOOP-Prozess® und die Martin Limbeck® Online Academy wurde Martin 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.

Anzeige

Arbeiten im Herzen Wiens -  
**Büroeinheiten für Makler oder  
Finanzdienstleister zu vermieten!**

**NURNBERGER**  
Versicherung AG Österreich