



Finanznachrichten auf Cash.Online > Rente

Teilen bei:  | 

23. Februar 2017, 11:20

Berater

Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit: Verkaufen braucht Veränderung

Ein erfolgreicher Verkäufer muss heute mehr als nur Jäger oder Sammler sein. Denn die Kunden haben sich verändert, sind mündiger und sprunghafter geworden. Man muss ihnen daher das Rundumsorglos-Paket bieten. Fünf entscheidende Vorteile, die Sie sich zu Nutze machen sollten. *Die Limbeck-Kolumne*



"Es reicht nicht mehr, wenn Sie als knallharter Verkäufer auftreten und sich nach dem Abschluss vom Acker machen. Persönlicher Kontakt heißt Ihr Trumpf, den Sie gegenüber dem Internet haben."

"Ach, der Laden läuft so gut. Die Kunden kommen quasi von allein. Alles super, wir brauchen kein Training für unsere Berater." Ganz ehrlich – ich freue mich für das Unternehmen, wenn ich sowas zu hören bekomme! Allerdings ist so eine Denkweise auch ganz schön blauäugig. Wie sieht es bei Ihnen aus? Wird da auch frei nach dem Motto "Never change a running system" gearbeitet? Ich erlebe es immer wieder.

Frühzeitig mit der Neukundenakquise beginnen

Neukundenakquise ist für die meisten Verkäufer ein ganz schlechtes Thema. Viele sind schon echte Meister im Erfinden von Ausreden. Gerade ist so viel zu tun, das CRM muss gepflegt werden, Termine mit Bestandskunden – die Liste ist lang. Der Haken an der Sache: Wenn Sie erst dann aktiv werden, weil Sie dringend neue Kunden brauchen, ist es schon fast zu spät.

Was glauben Sie, wer hat eher eine Chance auf den Abschluss: Der Verkäufer, der entspannt auftritt und Gelassenheit und Souveränität ausstrahlt? Oder der Vermittler, der schon mit dem Rücken zur Wand steht und dem aus jeder Pore schreit, dass er diesen Abschluss braucht? Die Antwort sollte eigentlich klar sein.

Ohne Risiko kein Gewinn

Wir Menschen sind Gewohnheitstiere. Und mögen es nicht sonderlich, uns aus unserer Komfortzone zu bewegen. Die schlechte Nachricht: Als Verkäufer lässt sich das kaum vermeiden. Natürlich ist es entspannter, wenn Sie den ganzen Tag im Büro sitzen und Kuschelcalls mit ihren zufriedenen Kunden führen können. Akquise ist hart, schon klar. Niemand wird gerne abgewiesen. Doch von nichts kommt nichts. Ohne Risiko kein Gewinn.

Natürlich ist das auch eine Frage des Naturells. Ich unterteile Verkäufer gerne in zwei Typen: Die Jäger und die Sammler. Der Sammler ist eher ruhig und zurückhaltend, fast schon introvertiert. Fleiß, strukturiertes Vorgehen, Genauigkeit, Geduld, Beständigkeit sind nur einige der Merkmale, die seine Arbeit allgemein und den Umgang mit seinen Kunden im Besonderen auszeichnen.

Drucken
Weiterleiten
Kommentieren

Teilen bei


Mehr zum Thema
Coaching für Finanzberater
Berater

Startseite

Kontakt

MEHR ZUM THEMA COACHING FÜR FINANZBERATER



Berater

Der neue Elevator Pitch: Überzeugen Sie schon vorher



Berater

Maklerblogs und Websites: Mit Mikrocontent Kunden gewinnen



Berater

Verbale Visitenkarte: Das können Verkäufer von Werbung lernen

[Alle Themenseiten ...](#)

AKTUELLES AUS DEM RESSORT



Berater | Versicherungen
Pflegezusatztarife: Alles neu macht das PSG II



Berater | Versicherungen
Arbeitskraftabsicherung – ein Beratungssumpf?



Berater | Recht/Steuern | Versicherungen
Provision trotz nicht erbrachter Bestandspflege

MEISTGELESEN

Immobilien-Preisniveau: Vervielfältiger in schwindelerregenden Höhen

Fehlerhafte Steuererklärung: Versicherungsbeiträge trotzdem abzugsfähig?

Lebensversicherungen von der Steuer absetzen: Was ist zu beachten?

Arbeiten mit Leads: So gelingt die Kundengewinnung

Der neue Elevator Pitch: Überzeugen Sie schon vorher

UNTERNEHMEN IM FOKUS

Gewinne mit Immobilien

Sponsored News

MEISTVERSCHICKT

MIG-Fonds machen Kasse mit Brain-Aktien

Preiseinbruch am Wohnimmobilienmarkt?



Teilen bei: |

23. Februar 2017, 11:20

Berater

Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit: Verkaufen braucht Veränderung

Der Jäger hingegen nutzt jede Gelegenheit – ob im Job oder privat –, um ein Geschäft anzubahnen oder einen Abschluss herbeizuführen. Als extrovertierter Vertriebler nutzt er seine blitzschnellen Verkäuferreflexe und ergreift intuitiv seine Chance, um einen Deal unter Dach und Fach zu bringen.

Warum es nicht mehr reicht, Jäger oder Sammler zu sein

Hatten Vertriebsleiter mehrere Exemplare dieser beiden Prototypen in ihrem Team, konnte eigentlich nichts schiefgehen. Eigentlich. Denn die Zeiten haben sich geändert. Es reicht heute nicht mehr, nur Jäger oder nur Sammler zu sein.

Denn die Kunden haben sich verändert. Sie sind mündiger geworden, recherchieren im Vorfeld, holen Vergleichsangebote ein. Und sie sind wesentlich sprunghafter geworden. Der Wettbewerber hat noch bessere Konditionen? Schon sind sie weg. Selbst, wenn sie vorher zufrieden waren.

Ihr Trumpf ist der persönliche Kontakt

Ohne gründliche Vorbereitung läuft hier nichts mehr. Sie müssen sich den neuen Gegebenheiten anpassen und Ihren Kunden gewissermaßen das ultimative Rundumsorglos-Paket bieten. Es reicht nicht mehr, wenn Sie als knallharter Verkäufer auftreten, Ihren Job machen – und sich nach dem Abschluss vom Acker machen.

Persönlicher Kontakt heißt Ihr Trumpf, den Sie gegenüber dem Internet haben. Und es ist auch nicht mehr genug, wenn Sie nur den netten Typen aus der Stammkundenbetreuung geben, der ab und an nachfragt, ob alles ok ist.

Auch hier erwarten Ihre Kunden, dass Sie sie stets auf den neusten Stand bringen, sie über neue Angebote informieren, sie mit tollen Konditionen überraschen etc. Sie müssen heute Jäger und Sammler zugleich sein. Denn wie eben schon erwähnt – nichts ist für immer und für die Ewigkeit.

Drucken
Weiterleiten
Kommentieren

Teilen bei



Mehr zum Thema

Coaching für Finanzberater
Berater

Startseite

Kontakt

MEHR ZUM THEMA COACHING FÜR FINANZBERATER



Berater

**Der neue Elevator
Pitch: Überzeugen
Sie schon vorher**

Berater

**Maklerblogs und
Websites: Mit
Mikrocontent
Kunden gewinnen**

Berater



**Verbale
Visitenkarte: Das
können Verkäufer
von Werbung
lernen**[Alle Themenseiten ...](#)

AKTUELLES AUS DEM RESSORT

Berater | Versicherungen
**Pflegezusatztarife:
Alles neu macht
das PSG II**Berater | Versicherungen
**Arbeitskraftabsich-
erung – ein
Beratungssumpf?**Berater | Recht/Steuern |
Versicherungen
**Provision trotz
nicht erbrachter
Bestandspflege**

MEISTGELESEN

Finanznachrichten auf Cash.Online > Rente

Teilen bei:  | 

23. Februar 2017, 11:20

Berater

Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit: Verkaufen braucht Veränderung

Fünf entscheidende Vorteile, die Sie sich zu Nutze machen sollten:

1. Würden Sie im Internet einen Artikel kaufen, der schlechte Bewertungen hat? Natürlich nicht. Und genauso geht es Ihren Kunden – sie recherchieren online über Ihr Angebot. Sorgen Sie also vor und sammeln Sie Referenzen und kleine Testimonials, die Sie auf Ihre Website stellen. **Rücken Sie Ihr Angebot ins rechte Licht**, um einen Wechsel zu Ihnen attraktiv erscheinen zu lassen!
2. Was unterscheidet Ihre persönliche Beratung von einem Chat mit dem digitalen Kundenservice? Nichts, wenn Sie nur Dienst nach Vorschrift machen. **Setzen Sie dort an, wo 08/15-Support aufhört**. Geben Sie Ihren Kunden Ihre Handynummer, damit sie Sie bei brennenden Fragen auch nach Feierabend erreichen können. Schicken Sie ihnen Links oder Zeitungsartikel, die für Ihre Klienten relevant sein könnten.
3. Auch wenn Sie es nicht gerne hören: Das Internet wird nicht wieder weggehen. **Setzen Sie sich mit Social Media auseinander**, wenn Sie es nicht schon längst getan haben. Wer glaubt, dass das nur irrelevanter Zeitvertreib sei, irrt gewaltig. Gerade über Netzwerke wie Xing und LinkedIn können Sie Ihre Kernkompetenz verbreiten, auf Ihre Expertise aufmerksam machen und mit potenziellen Neukunden in Kontakt treten.
4. "Wenn ich den Vertrag online abschließe, ist die monatliche Prämie deutlich geringer!" Lassen Sie sich von solchen Argumenten nicht ausbremsen. Nutzen Sie sie stattdessen zu Ihrem Vorteil und **appellieren Sie an das Sicherheitsbedürfnis Ihres Kunden**. Online kaufen ist schnell, bequem und einfach – so lange alles gut geht. Doch gerade wenn es zu Unstimmigkeiten kommt oder Fragen auftauchen, ist der persönliche Ansprechpartner durch nichts zu ersetzen.
5. Nach einem Vertragsabschluss kommen dem Kunden unter Umständen Zweifel. Als Verkäufer haben Sie im Face-to-Face Kontakt die Chance, Ihrem Gegenüber genau diese Unsicherheit zu nehmen! Und wenn Sie es richtig gut machen, kommt sie gar nicht erst auf. **Führen Sie Ihrem Kunden daher den Nutzen seiner Kaufentscheidung noch einmal vor Augen** und festigen Sie damit sein Gefühl, alles richtig gemacht zu haben.

Martin Limbeck ist einer der renommiertesten Business-Speaker und Verkaufs-Experten auf internationaler Ebene. Er ist seit mehr als 20 Jahren Verkaufs- und Managementtrainer. Limbeck ist Inhaber der Martin Limbeck® Training Group, Lehrbeauftragter im Bereich Sales Management an der ESB Business School in Reutlingen sowie Dozent in der Führungskräfteweiterbildung der Universität St. Gallen. Er ist Mitglied des Club 55 und des Top-Trainer-Teams Salesleaders.

Foto: Philip Reichwein

Drucken
Weiterleiten
Kommentieren

Teilen bei



Mehr zum Thema

Coaching für Finanzberater
Berater

Startseite

Kontakt

MEHR ZUM THEMA COACHING FÜR FINANZBERATER



Berater

Der neue Elevator Pitch: Überzeugen Sie schon vorher



Berater

Maklerblogs und Websites: Mit Mikrocontent Kunden gewinnen



Berater

Verbale Visitenkarte: Das können Verkäufer von Werbung lernen

[Alle Themenseiten ...](#)

AKTUELLES AUS DEM RESSORT



Berater | Versicherungen
Pflegezusatztarife: Alles neu macht das PSG II



Berater | Versicherungen
Arbeitskraftabsicherung – ein Beratungssumpf?



Berater | Recht/Steuern | Versicherungen
Provision trotz nicht erbrachter Bestandspflege

MEISTGELESEN

Immobilien-Preisniveau: Vervielfältiger in schwindelerregenden Höhen

Fehlerhafte Steuererklärung: Versicherungsbeiträge trotzdem abzugsfähig?

Lebensversicherungen von der Steuer absetzen: Was ist zu beachten?

Arbeiten mit Leads: So gelingt die Kundengewinnung

Der neue Elevator Pitch: Überzeugen Sie schon vorher