

Finanznachrichten auf Cash.Online > Meinung > Kolumnen > "Verkaufsalltag" gibt es nicht: Top-Verkäufer erfinden sich jeden Tag neu

Teilen bei: |

2. Mai 2017, 06:29

Berater | Kolumnen

## "Verkaufsalltag" gibt es nicht: Top-Verkäufer erfinden sich jeden Tag neu

Echte Top-Verkäufer gehen nicht nach "Schema F" vor. Wenn Verkäufer wie eine kaputte Schallplatte immer wieder das Gleiche von sich geben, können sie nicht punkten. Sie sollten stattdessen auf Kreativität und Persönlichkeit setzen.

Die Limbeck-Kolumne



"Wenn Sie wirklich verkaufen wollen, können Sie es immer und überall."

Montagmorgen. Nachdem Sie sich einen Kaffee gemacht haben, sind Sie bereit, in die neue Woche zu starten. Ein Blick in den Terminkalender und Sie wissen sofort, was Sie erwartet. Ein Gespräch mit einem Bestandskunden über eine Zusatzversicherung, danach ein Termin wegen einer möglichen Anschlussfinanzierung.

Klarer Fall! "Der will bestimmt nur ein Vergleichsangebot einholen", denken Sie sich. Sie wissen genau, wie Ihre Kunden ticken. Schließlich haben Sie solche Gespräche schon tausend Mal geführt. Ihre Verkaufsargumente könnten Sie notfalls auch nachts um drei runter beten und Sie haben die passende Einwandbehandlung bereits auf der Zunge, wenn Ihr Gesprächspartner nur die Stirn runzelt.

### Top-Verkäufer gehen nicht nach "Schema F" vor

Verstehen Sie mich bitte nicht falsch: Das ist schon ziemlich gut. Doch damit werden Sie es niemals bis ganz an die Spitze schaffen. Denn echte Top-Verkäufer gehen nicht einfach nach "Schema F" vor. Natürlich werden sich bei Ihnen im Laufe der Zeit bestimmte Taktiken und Formulierungen als besonders wirkungsvoll herauskristallisiert haben.

Doch Sie verschenken eine Menge, wenn Sie sich darauf ausruhen und nur noch Dienst nach Vorschrift machen. Frei nach dem Motto "Das habe ich schon immer so gemacht". Gerade Bestandskunden müssen Sie jeden Tag neu überzeugen. Und dort punkten Sie nicht, wenn Sie wie eine kaputte Schallplatte immer wieder das Gleiche von sich geben. Setzen Sie stattdessen auf Kreativität und Persönlichkeit.

Ich kann es nicht oft genug sagen: Es gibt keinen falschen Zeitpunkt, um einen Abschluss zu machen. Wenn Sie wirklich verkaufen wollen, können Sie es immer und überall. "Dafür habe ich keine Zeit, meine Tage sind bereits voll durchgeplant!" Sie glauben nicht, wie oft ich solche Einwände in meinen Seminaren zu hören bekomme.

### Ein guter Verkäufer verkauft immer und überall

Besonders beliebt in Kombination mit verschränkten Armen. Ich sage Ihnen: Die Zeiträume sind da. Sie müssen Sie nur erkennen. Alles was Sie brauchen, um diese meist unerwarteten Chancen zu ergreifen, ist eine ordentliche Portion Spontaneität. Hier drei Beispiele: Sie waren bei einem Kunden und der Termin ist früher als geplant beendet? Oder Sie sind bereits auf dem Weg, als sich Ihr Gesprächspartner krankmeldet?

Improvisieren Sie, anstatt die Zeit im nächsten Café mit der Bild-Zeitung totzuschlagen. Greifen Sie zum Telefon und melden Sie sich bei einem guten Kunden, für den Ihr neues Produkt genau das Richtige sein könnte. Oder fahren Sie einfach dort vorbei, falls Sie sowieso schon in der Nähe sind.

Drucken  
Weiterleiten  
Kommentieren

Teilen bei

Mehr zum Thema  
Coaching für Finanzberater  
Berater  
Kolumnen

Startseite

Kontakt

### MEHR ZUM THEMA COACHING FÜR FINANZBERATER



Berater  
**Langfristige Kundenbeziehung : So kann sie gelingen**



Berater  
**Bedarfsgerechte Beratung: Wer nicht fragt, bleibt dumm**



Berater  
**Feeling über Fakten: Setzen Sie Ihr Produkt ins richtige Licht**

[Alle Themenseiten ...](#)

Anzeige

### AKTUELLES AUS DEM RESSORT



Berater | Immobilien  
**Dr. Klein eröffnet neuen Standort auf Mallorca**



Berater | Recht/Steuern | Versicherungen  
**Vertreter muss erarbeitete Bestände darlegen**



Berater | Versicherungen  
**Private Rentenversicherung: Zwei Töpfe sind genug – auch ohne Garantie**

### MEISTGELESEN

Riester-Rente: Eine schlechtgeredete Erfolgsgeschichte

Die fünf größten Fehler bei der Baufinanzierung

BU-Schutz: Die fünf größten Irrtümer

"Vermittler sollten sich eine eigene Leadsmaschine aufbauen"

Vorerkrankung versus BU-Grund: Knackpunkt Kausalität

Anzeige

### UNTERNEHMEN IM FOKUS

**HDI**



SwissLife

**fairvesta**  
Gewinne mit Immobilien

powered by IPConcept  
**FONDSIMFOKUS**

**Canada Life**



WIRTSCHAFTSHAUS  
Rendite zum Anfahren

Sponsored News

### MEISTVERSCHICKT

Riester-Rente: Eine schlechtgeredete Erfolgsgeschichte

"Vermittler sollten sich eine eigene Leadsmaschine aufbauen"





## Statt der Beiträge heben wir lieber die Laune Ihrer Kunden.

Jetzt informieren

Allianz 

Finanznachrichten auf Cash.Online > Meinung > Kolumnen > "Verkaufsalltag" gibt es nicht: Top-Verkäufer erfinden sich jeden Tag neu

Teilen bei:  | 

2. Mai 2017, 06:29

Berater | Kolumnen

### "Verkaufsalltag" gibt es nicht: Top-Verkäufer erfinden sich jeden Tag neu

Sie besuchen eine Weiterbildungsveranstaltung? Nutzen Sie die Gelegenheit nicht nur zum Lernen und Networking, sondern auch zum Verkaufen: Wieso fragen Sie nicht einfach mal die anderen Seminarteilnehmer oder Ihren Verkaufstrainer, wie sie ihr Geld anlegen? Vielleicht ist Ihr Nachbar auch gerade auf der Suche nach einer neuen Hausratversicherung. Das bekommen Sie jedoch nur raus, wenn Sie mit ihm nicht nur über die aktuellen Bundesliga-Ergebnisse sprechen.

Ein Reklamationsgespräch bedeutet noch lange nicht, dass Sie diesen Kunden verloren haben! Die Tatsache, dass er sich bei Ihnen meldet, zeigt: Er gibt Ihnen noch eine Chance, alles wieder gut zu machen. Entschuldigen Sie sich also nicht bloß tausend Mal, sondern gehen Sie direkt mit einem neuen Vorschlag in die Vollen.

#### Kundenbindung durch ungewöhnliche Ideen

Kreativ? Stimmt, da war doch was ... Verlässlichkeit und Aufmerksamkeit sind natürlich das A und O, wenn es um langfristige Kundenbindung geht. Das ist nett, keine Frage. Doch echte Begeisterung werden Sie auf diesem Wege nicht erreichen. Wissen Sie, wodurch sich Spitzenverkäufer von guten Verkäufern unterscheiden? Sie haben neue, originelle und ungewöhnliche Ideen. Denken Sie also mal bewusst um die Ecke, anstatt direkt den gewohnten Pfaden zu folgen.

Stellen Sie die Weichen neu und wechseln Sie ruhig mal die Perspektive. Überlegen Sie zum Beispiel nicht, wie Sie einen Kunden gewinnen. Sondern ganz im Gegenteil, was Sie tun müssen, um ihn nicht zu gewinnen. Oder was der Kunde tun müsste, um bei Ihnen zu landen. Klingt erst mal verrückt? Probieren Sie es aus! Mit diesem Gedankenspiel entdecken Sie oft Details, die Ihnen sonst nicht aufgefallen wären. Und Sie lernen eine ganze Menge darüber, wie Ihr Gegenüber tickt und was ihm wirklich wichtig ist.

#### Verkaufen bedeutet Kunden glücklich machen

Ein anderes Beispiel: Ein wichtiger Kunde konfrontiert Sie mit einer völlig überzogenen Forderung. Ihr Reflex lautet: "Auf keinen Fall! Wie soll ich denn das machen?" Natürlich gibt es Fälle, in denen wirklich nichts mehr geht. Doch in manchen Fällen lässt sich durchaus eine andere Lösung finden, die Sie nur gerade noch nicht sehen.

Weil Sie so auf Ihren gewohnten Weg eingeschossen sind, dass Sie den Wald vor lauter Bäumen nicht sehen. Fragen Sie sich also: "Wie könnte eine Lösung aussehen?" und "Was würde mein Chef / mein Kollege / Martin Limbeck in dieser Situation tun?"

Vergessen Sie nie: Verkaufen bedeutet in erster Linie, Ihre Kunden glücklich zu machen. Und das geht einfach nicht nach Schema F. Jeder Kunde ist einzigartig. Geben Sie also jedem Ihrer Gesprächspartner das Gefühl, dass er mit Ihrem Angebot eine ganz individuelle Lösung erhält, die zu hundert Prozent seine Wünsche und Bedürfnisse erfüllt. Selbst wenn Sie dieselbe Altersvorsorge heute schon drei Mal an den Mann gebracht 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  
Kolumnen

Startseite

Kontakt

#### MEHR ZUM THEMA COACHING FÜR FINANZBERATER



Berater  
**Langfristige Kundenbeziehung : So kann sie gelingen**



Berater  
**Bedarfsgerechte Beratung: Wer nicht fragt, bleibt dumm**



Berater  
**Feeling über Fakten: Setzen Sie Ihr Produkt ins richtige Licht**

[Alle Themenseiten ...](#)

Anzeige

#### AKTUELLES AUS DEM RESSORT



Berater | Immobilien  
**Dr. Klein eröffnet neuen Standort auf Mallorca**



Berater | Recht/Steuern | Versicherungen  
**Vertreter muss erarbeitete Bestände darlegen**



Berater | Versicherungen  
**Private Rentenversicherung: Zwei Töpfe sind genug – auch ohne Garantie**

#### MEISTGELESEN

Riester-Rente: Eine schlechtgeredete Erfolgsgeschichte

Die fünf größten Fehler bei der Baufinanzierung

BU-Schutz: Die fünf größten Irrtümer

"Vermittler sollten sich eine eigene Leadmaschine aufbauen"

Vorerkrankung versus BU-Grund: Knackpunkt Kausalität

Anzeige

#### UNTERNEHMEN IM FOKUS

HDI

SwissLife

fairvesta  
Gewinne mit Immobilien

powered by IPConcept  
FONDSIMFOKUS

Canada Life™

WIRTSCHAFTSHAUS

Sponsored News