Berater | Kolumnen

Vertriebsführung erfordert Fingerspitzengefühl

Hart verkaufen – sanft führen: Ein Widerspruch, der auf den ersten Blick ersichtlich ist. Das hindert jedoch zahlreiche Führungskräfte nicht daran, genau nach dieser Maxime zu handeln. Auch in der Finanzdienstleistung ist diese Inkongruenz keine Seltenheit. Der Haken an der Sache: Das kann auf Dauer nicht funktionieren. *Die Limbeck-Kolumne*

"Suchen Sie das Gespräch, finden Sie heraus, was Ihre Teammitglieder motiviert und was Sie tun können, um ihnen die bestmöglichen Arbeitsbedingungen zu schaffen."

Gerade weil sich die Branche auf Grund der Digitalisierung im absoluten Umbruch befindet, brauchen Finanzberater jetzt vor allem eins: Eine starke Führung, die Klartext redet. Und die Mitarbeiter tatkräftig unterstützt, anstatt ihnen bloß verbale Streicheleinheiten mit auf den Weg zu geben.

"Mensch Schmitke, Sie müssen beim Kunden einfach mehr Druck ausüben! Wenn wir nicht bald bessere Zahlen schreiben, sind wir weg vom Fenster!" Tja, und nun? Gerade wenn es finanziell nicht so rosig aussieht, wächst der Druck der Geschäftsleitung auf den Vertrieb. Da wird auf knallhartes Verkaufen gedrängt, am besten werden noch ein paar der alten "AUA-Tricks" ausgegraben

Endlich Klartext reden

Leider wird dabei eins meist übersehen: Gerade, wenn es um erfolgreiches Verkaufen geht, kann es keine "One size fits all"-Lösung geben. Denn Verkaufstechniken sind nur die halbe Miete. Sie müssen auch zur Persönlichkeit des jeweiligen Vertriebsmitarbeiters passen, damit dieser sie erfolgreich zur Anwendung bringen kann.

Eine weitere Herausforderung besteht darin, die Mitarbeiter auch tatsächlich zu führen: Es reicht nicht mehr, die Mannschaft einzupeitschen und jedem einen Bonus zu versprechen, der am Ende des Monats zehn neue Kunden an Land gezogen hat.

Wer seine Mitarbeiter nicht auf diesem Weg unterstützt und ihnen typbezogene Hilfestellung bietet, braucht sich nicht wundern, wenn die Zahlen trotz ausgelobtem Bonus weiter vor sich hindümpeln. Der erste Schritt in die richtige Richtung: endlich Klartext reden.

Kuschelkurs war gestern

Ganz ehrlich: Es bringt niemandem etwas, wenn Sie weiter auf heile Welt machen in Ihrem Unternehmen und für alles und jeden eine Ausrede parat haben. Wenn ein Berater nicht die gewünschte Leistung bringt, ist es höchste Eisenbahn, das auch anzusprechen. Und zwar auch dann, wenn es gerade ungünstig ist, es Eheprobleme gibt oder der Hamster krank ist.

Verstehen Sie mich nicht falsch: Ich habe auch immer ein offenes Ohr für die Sorgen meiner Mitarbeiter. Doch Job bleibt Job. Und ich sehe es als meine Verantwortung, mein Team weiterzuentwickeln und jeden einzelnen bestmöglich dabei zu unterstützen, zu einem Spitzenverkäufer zu werden.

Daher müssen Sie in den sauren Apfel beißen und Ihre Komfortzone verlassen. Zeit, Schwachstellen anzusprechen und gemeinsam mit dem Mitarbeiter neue Standards und eine entsprechende Marschrichtung festzulegen. Das Ziel ist dabei klar: Zufriedene Kunden, neue Aufträge, mehr Umsatz.

Seite zwei: Zeit, das Steuer zu ergreifen

Weiter lesen: 1 2 3

Drucken | Kommentieren

Anzeige

MEHR ZUM THEMA COACHING FÜR FINANZBERATER

Berater | Kolumnen
Fünf zündende Gesprächseinstiege: So überzeugen Sie in 30 Sekunden

Berater
Klein, aber oho: Sechs Wörter, mit denen Sie alles verkaufen

Berater
Vertriebserfolg: Drei Tipps für Preisverhandlungen

Alle Themenseiten ...

Anzeige

AKTUELLES AUS DEM RESSORT

Berater | Versicherungen
Digitaler Schaden- und Unfallversicherer gestartet

Berater | Immobilien
Fünf Gründe, warum man in Immobilienaktien investieren sollte

Berater | Investmentfonds
Ökoworld bringt Fonds für die Vorsorge von Kindern und Jugendlichen

MEISTGELESEN

Dirk Müller: "Für Lindner wäre es sinnvoll, auf Neuwahlen zu setzen"
"Wir werden deutlich weniger Vermittler als heute haben"
Baufinanzierung: Die sechs teuersten Fehler
DVAG übernimmt Generali-Außendienst
Ranking der Lebensversicherer: "Für einige wird es eng"

UNTERNEHMEN IM FOKUS

Sponsored News

SwissLife
fairvesta Gewinne mit Immobilien
powered by IPConcept FondsImFokus
WirtschaftsHaus Rendite zum Anfassen
Canada Life

AKTUELLE NEWS PER WHATSAPP

© by WhatsBroadcast

ePaper: SPECIAL VV-FONDS

Juni 2017

Lesen Sie es direkt hier auf 60 Seiten!

>> ePaper

Berater | Kolumnen

Vertriebsführung erfordert Fingerspitzengefühl

Wer jetzt noch die Augen vor der Zukunft der Finanzdienstleistung verschließt, wird bald noch einiges mehr schließen können. Vertriebsleiter, die mit offenen Augen durch ihr Unternehmen gehen und den Finger in die Wunde legen, sind jetzt nötiger denn je. Viel zu lange wurde nach dem Motto "Stärken stärken" gehandelt. Doch Förderung alleine reicht nicht mehr. Sie müssen auch gleichzeitig Leistung einfordern.

Ein Mitarbeiter drückt sich vor persönlichen Kundenterminen und verplempert die Zeit damit, tagelang die potenziell beste Reiseroute zu planen? Sorry, selbst wenn dieser Mitarbeiter Ihr bester Mann am Telefon ist: Um auch in Zukunft konkurrenzfähig zu bleiben, ist es an der Zeit, diesen Zustand zu beenden und ihn dabei zu unterstützen, seine Schwäche in Angriff zu nehmen!

Volle Motivationspower entfalten

Was Sie bei allem Elan nicht vergessen sollten: Kein anderer Unternehmensbereich ist so sehr von der Motivation seiner Mitarbeiter abhängig wie der Vertrieb. Wenn Ihre Mannschaft nicht voller Tatendrang und Überzeugungskraft beim Kunden aufschlägt, nützt Ihr Klartext herzlich wenig. Und glauben Sie mir: Kein Verkäufer kann auf Dauer überzeugend vorspielen, dass er seinen Job liebt und voll und ganz hinter der Firma und den Angeboten steht.

Kunden haben für sowas einen sechsten Sinn – und scheuen zurück, wenn ihnen das Gesamtpaket nicht stimmig erscheint. Studien belegen immer wieder, dass eine hohe Arbeitsmotivation mehr Freundlichkeit, Offenheit und Toleranz gegenüber Kunden bewirkt. Noch ein Grund mehr für Sie, herauszufinden, was Ihre Berater eigentlich antreibt.

Individuelle Motivation erkennen und fördern

Eins möchte ich direkt klarstellen: Mit einem Bonus oder der Aussicht auf einen schicken Dienstwagen ist es nicht getan. Als junger Verkäufer war ich auch so gestrickt. Ich sah die dicken Autos und die Rolex am Arm des Vertriebschefs und dachte mir: "Das will ich auch!" Doch das ist nicht alles. Spätestens, wenn Du die fünfte oder sechste Uhr zuhause im Schrank liegen hast und mit allem technischen Firlefanz ausgestattet bist, zünden diese Anreize nicht mehr.

Gute Verkäufer gibt es nicht so viele, gerade in der Finanzdienstleistung macht sich auch der Nachwuchs rar. Was glauben Sie, wie hoch inzwischen attraktive Arbeitsbedingungen und Selbstverwirklichung im Kurs stehen? Die Zeiten, in denen alle Verkäufer einsame Wölfe waren, die von früh bis spät über die Autobahnen der Republik gebrettert sind, sind vorbei.

Seite zwei: Individuelle Motivation beeinflussen

Weiter lesen: 1 **2** 3

Drucken | Kommentieren

MEHR ZUM THEMA COACHING FÜR FINANZBERATER

Berater | Kolumnen
Fünf zündende Gesprächseinstiege: So überzeugen Sie in 30 Sekunden

Berater
Klein, aber oho: Sechs Wörter, mit denen Sie alles verkaufen

Berater
Vertriebserfolg: Drei Tipps für Preisverhandlungen

Alle Themenseiten ...

Anzeige

AKTUELLES AUS DEM RESSORT

Berater | Versicherungen
Digitaler Schaden- und Unfallversicherer gestartet

Berater | Immobilien
Fünf Gründe, warum man in Immobilienaktien investieren sollte

Berater | Investmentfonds
Ökoworld bringt Fonds für die Vorsorge von Kindern und Jugendlichen

MEISTGELESEN

Dirk Müller: "Für Lindner wäre es sinnvoll, auf Neuwahlen zu setzen"
"Wir werden deutlich weniger Vermittler als heute haben"
Baufinanzierung: Die sechs teuersten Fehler
DVAG übernimmt Generali-Außendienst
Ranking der Lebensversicherer: "Für einige wird es eng"

Berater | Kolumnen

Vertriebsführung erfordert Fingerspitzengefühl

Klar gibt es die noch – doch auf der anderen Seite stehen heute auch die Berater, die sich wünschen, um 17 Uhr nach Hause zu ihrer Familie zu fahren und mittags mal bei der Schulaufführung der Tochter mit dabei zu sein. Was heißt das für Sie als Chef?

Suchen Sie das Gespräch, finden Sie heraus, was Ihre Teammitglieder motiviert und was Sie tun können, um ihnen die bestmöglichen Arbeitsbedingungen zu schaffen. Finanzielle Vorteile, Belohnungen oder Lob sind längst nur noch eine Seite der Medaille.

Individuelle Motivation beeinflussen

Um Mitarbeiter im Vertrieb nachhaltig zu motivieren, müssen Sie alle Faktoren mit in Betracht ziehen, welche die individuelle Motivation beeinflussen. Klingt aufwendig? Klar ist das zeitintensiver als einfach den Jahresbonus zu überweisen oder einen neuen Dienstwagen zu bestellen – doch die individuelle Motivation wird immer mehr zur Kernkompetenz Ihres Unternehmens werden.

Denn nur Verkäufer, die mit sich im Reinen sind und für ihren Job brennen, werden zum Kunden fahren und dort voller Überzeugung sagen können: "Guten Tag, ich bin Verkäufer und möchte Ihnen etwas verkaufen!"

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

Weiter lesen: 1 2 **3**

Drucken | Kommentieren

Drucken
Weiterleiten
Kommentieren

Teilen bei

Mehr zum Thema
Coaching für Finanzberater
Berater
Kolumnen

Startseite

Kontakt

MEHR ZUM THEMA COACHING FÜR FINANZBERATER

Berater | Kolumnen
Fünf zündende Gesprächseinstiege: So überzeugen Sie in 30 Sekunden

Berater
Klein, aber oho: Sechs Wörter, mit denen Sie alles verkaufen

Berater
Vertriebserfolg: Drei Tipps für Preisverhandlungen

Alle Themenseiten ...

Anzeige

AKTUELLES AUS DEM RESSORT

Berater | Investmentfonds
Berenberg startet zwei neue Europa-Fonds

Berater | Versicherungen
Digitaler Schaden- und Unfallversicherer gestartet

Berater | Immobilien
Fünf Gründe, warum man in Immobilienaktien investieren sollte