

VERTRIEBS MANAGER

DURCHSTARTEN | BERATEN+VERKAUFEN | STEUERN+ENTSCHEIDEN | AUFSTEIFEN+LEBEN

PERSONALIEN | PRESSESCHAU | TERMINE | NEWSLETTER | SUCHE | MAGAZIN

- Anzeige -



YOUR NEXT STEP.

MILLERHEIMANGROUP.ACADEMY, die perfekten Seminare für Vertriebsprofis.

Miller Heiman Group®

WWW.MILLERHEIMANGROUP.ACADEMY

Durchstarten



(c) Thinkstock/Jodi Jacobson

ERST SCHAUFELN, DANN SCHEFFELN: AUF DAUER SCHLÄGT DER FLEISSIGE DAS TALENT!

Am Anfang jeden Erfolgs steht harte Arbeit. Und nicht immer winkt gleich das große Geld. Weshalb es sich lohnt, Zeit und Energie in ihre Kunden und sich selbst zu investieren.

von Martin Limbeck

„Shovel first, collect second!“ Das war eine der wichtigsten Erkenntnisse, die ich als gerade 17-Jähriger nach einem Austauschjahr in den USA mit nach Hause brachte. Erst schaufeln, dann scheffeln! Mit anderen Worten: Zuerst musst du fleißig sein und was leisten. Danach wirst du dafür belohnt. Das hat sich bei mir eingebrannt. Und es ist der Grundstein meines Erfolgs. Um damals an ein bisschen Kohle zu kommen, habe ich alles Mögliche gemacht. Dem Hausmeister der Highschool beim Rasenmäher geholfen, für die Nachbarn Zäune gestrichen – und im Winter mit meinem Kumpel Rich die Einfahrten in unserer Straße von Schnee befreit. Ich wollte damals erst mal brav bei den Hausbesitzern klingeln und fragen, ob ich losschaufeln darf. Ganz schön blauäugig! Rich zeigte mir, wie das Business auf der anderen Seite des großen Teichs lief: Wir legten einfach los – und es dauerte gar nicht lange, bis ein freudestrahlender Nachbar aus seinem Haus kam und jedem von uns ein paar Dollars in die Hand drückte. So einfach kann Verkaufen sein!

Verstehen Sie mich nicht falsch: Das bedeutet nicht, dass Sie jetzt zum Kunden fahren und bei ihm die neue Telefonanlage schon mal aufbauen sollen, obwohl er noch gar nicht gekauft hat. Mir geht es um etwas anderes. Es gibt immer noch zu viele mittelmäßige Verkäufer, die bereits bei der Begrüßung die Dollarzeichen in den Augen stehen haben. Zugegeben, als junger Kerl hat mich das Geld auch ganz schön gelockt. Mein erster Vertriebschef fuhr Porsche und trug am Arm eine Rolex. Klarer Fall, das wollte ich auch. Doch bereits nach kurzer Zeit dämmerte mir, dass Geld nicht alles ist. Es ist eine wunderbare Sache, keine Frage. Doch es darf nicht dein ganzes Tun und Handeln als Verkäufer bestimmen. Glauben Sie mir, Kunden haben für sowas einen sechsten Sinn. Und dann können Sie den Abschluss eigentlich schon vergessen. Kunden kaufen, wenn Sie sie davon überzeugen, dass Sie ihnen das beste Angebot machen. Individuell, maßgeschneidert, abgestimmt auf Bedarf und Wünsche. Das Geld darf für Sie daher nie an erster Stelle kommen. Sondern der Wunsch, Ihrem Gegenüber mit Ihrem Angebot etwas Gutes zu tun!

„WAS SPRINGT FÜR MICH DABEI RAUS?“

Noch so ein Thema. Ich erlebe immer wieder junge Verkäufer, die ein unglaubliches Anspruchsdenken haben – und das mit Ehrgeiz verwechseln. Da heißt es dann im Vorstellungsgespräch: „Und wie sieht es mit einem Dienstwagen aus?“, „Den Laptop kann ich doch auch privat nutzen?“ oder „Das Festgehalt können wir doch sicher noch etwas höher ansetzen.“ Und das alles schon, bevor sie nur einen Fuß ins Büro eines potenziellen Kunden gesetzt haben. Hallo?! Wir sind hier nicht bei Wunsch-Dir-was! Viele möchten schon so viel wie möglich scheffeln, ohne dass sie die Schaufel überhaupt in die Hand genommen haben. Natürlich ist Ehrgeiz ist gut. Jedoch nur, wenn er richtig kanalisiert wird. Im Fokus sollte für Sie immer die Leistung stehen – und nicht die Belohnung, die möglicherweise daraus entspringt. Das ist alles eine Frage der Einstellung.

„Herr Schneider, schön Sie mal wieder sprechen! Ihr Vertrag läuft ja bald aus – haben Sie schon mal über eine Verlängerung nachgedacht?“ Es gibt nichts Schlimmeres als Verkäufer, die nach dem Abschluss von der Bildfläche verschwinden und sich dann erst wieder melden, wenn das CRM das nahende Vertragsende ankündigt. Ganz ehrlich: Wir leben im digitalen Zeitalter. Es kostet Sie nicht mehr als ein paar Minuten Ihrer Zeit, einen Kunden zu seinem Geburtstag anzurufen. Oder einfach mal spontan auf einen Plausch vorbeizuschauen, wenn Sie eh gerade in der Nähe sind. Oder ihm eine kleine Aufmerksamkeit zum Hochzeitstag zu schicken. An dieser Stelle trennt sich die Spreu vom Weizen. Klar gehen Sie in dieser Situation erst mal in Vorleistung. Doch es sind solche kleinen Gesten, die eine stabile und langfristige Kundenbeziehung überhaupt erst ermöglichen. Es kommt dabei auch nicht auf den materiellen Wert an. Der Gedanke zählt – und die damit verbundenen positiven Emotionen und die Wertschätzung, die Sie Ihren Kunden damit entgegenbringen.

HARTNÄCKIGKEIT WIRD BELOHNT

Hand aufs Herz: Wann geben Sie bei einem Kunden auf? Nachdem Sie ein zweites, drittes Mal nachgefasst haben? Für mich steht fest, dass in diesem Land mehr Aufträge und Abschlüsse verpasst als gemacht werden. Denn vielen Verkäufern mangelt es schlicht und ergreifend an Durchhaltevermögen, Motivation, Begeisterungsfähigkeit, Disziplin und Willen. Verkaufen ist einer der härtesten Jobs überhaupt. Du bekommst Türen vor der Nase zugeschlagen und erntest mehr Neins, als du dir vorstellen kannst. Und wenn schon! Entscheidend ist, dass Sie sich hiervon nicht entmutigen lassen, sondern einfach immer weiter schaufeln. Versuchen Sie es nochmal. Und noch einmal. Ich bekam schon mehr als einmal von einem potenziellen Kunden zu hören, dass ich ganz schön hartnäckig sei. Wissen Sie, was ich darauf geantwortet habe? „Natürlich, Herr Kunde. Und mit genau dem gleichen Einsatz und Ehrgeiz werde ich mich auch um Ihre Angelegenheiten kümmern, wenn Sie unterschreiben!“ Dreimal können Sie raten, wer kurz darauf den Auftrag bekommen hat ... Natürlich wird es auch Kunden geben, die irgendwann genervt sind. Doch damit müssen Sie umgehen können. Egal ob Ja oder Nein: Mir ist nur wichtig, eine klare Antwort zu bekommen. Schließlich habe ich meine Zeit und meine Energie in das Angebot investiert. Bleiben Sie dran! Denn das Einzige, was Sie im Leben aufgeben sollten, ist ein Brief oder ein Päckchen.

Einen weiteren Gedanken möchte ich Ihnen noch mit auf den Weg geben: Ihr Wissen ist Ihr Kapital! Ich kann nur den Kopf schütteln, wenn mir Verkäufer begegnen, die keinen Deut von ihrer Strategie abweichen wollen. Selbst dann nicht, wenn sie keinen Erfolg damit haben. Schuld sind dann die Kunden, das schlechte Wetter oder sonst was. Frei nach dem Motto: „Das habe ich schon immer so gemacht!“ Ich wäre nicht derjenige, der ich heute bin, wenn ich nicht den Mut zur Veränderung gehabt hätte. Weiterbildung ist für mich enorm wichtig – und sollte es auch für Sie sein. Denn wir befinden uns in volatilen Zeiten. Die Digitalisierung hat den Verkauf bereits fest im Griff. Und das ist erst der Anfang. Wie sieht es mit Ihnen aus? Sind Sie bereit, den nächsten Schritt in Richtung Erfolg zu gehen?

Martin Limbeck ist Partner bei der neuen Weiterbildungsmesse myQ, die am 24. und 25. November 2017 in München stattfindet. Am Freitag um 11:15 Uhr wird er in seinem Vortrag „Erst schaufeln, dann scheffeln“ nochmal genauer auf die kritischen Erfolgsfaktoren eingehen. Am zweiten Messetag bietet er außerdem um 13:45 Uhr einen Karriereworkshop an.

Über den Autoren:



Martin Limbeck ist Inhaber der Martin Limbeck® Training Group, einer der führenden Experten zum Thema Blended Learning und Entwicklung von Lernkonzepten für Unternehmen, sowie einer der meistgefragten und renommiertesten Business-Speaker und Verkaufsspezialisten auf internationaler Ebene. Für seine innovativen und nachhaltigen Angebote wie den LOOP-Prozess® und die Martin Limbeck® Online Academy wurde Martin Limbeck unter anderem mit dem Großen Preis des Mittelstandes der Oskar-Patzelt-Stiftung und dem Siegel „Wirtschaftsmagnet“ ausgezeichnet. Mehr Informationen auf www.martinlimbeck.de

von Martin Limbeck

Termine



09.11.2017 (Ganztägig) | Frankfurt am Main

GWA Effie Awards

Veranstalter: Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA e.V.



09.11.2017 (Ganztägig) | Berlin

Verleihung der 12. Kulturmarken-Awards

Jobbörse



Global Key Account Manager Industrie 4.0 (m/w)

Gewünschtes Eintrittsdatum: zum nächstmöglichen Zeitpunkt
Ort: Minden



Senior Fachreferent (m/w) Vertriebsmanagement

Gewünschtes Eintrittsdatum: zum nächstmöglichen Zeitpunkt
Ort: München