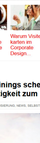
DAS KÖNNTE SIE AUCH INTERESSIEREN

Aargauische Kantonalbank, Gruber, Gruber, Hadjadj+Hess, ...

Immer mehr Beitrag für die Krankenkasse

Warum Visitenkarten Design ...



Visitenkarte – mehr als 50'000 Unter...

Powered by yieldlove

Warum Standardtrainings scheitern: Mit maximaler Nachhaltigkeit zum Erfolg

Keine Beiträge mehr verpassen? Hier zum Newsletter anmelden!

E-Mail *

Jetzt anmelden

„Warum werden die Zahlen nicht besser? Immerhin haben wir die Jungs letztes Jahr eine Woche zu diesem Iauren Vertriebstraining geschickt!" Aussagen wie diese habe ich im Laufe der letzten Monate immer häufiger zu hören bekommen. Und ehrlich gesagt wundert es mich wenig.

Hochstens, dass es so lange gedauert hat, bis der Groschen endlich gefallen ist. Die Zeiten haben sich geändert!

Die Digitalisierung hat vor dem Vertrieb nicht Halt gemacht, sondern ihn einem grossen Umbruch gestellt. Plötzlich wird das Internet zum Vertriebsweg. Die Kunden sind besser informiert denn je! Sie kennen Optionen online, vergleichen Preise – und können sich mit einer der Wimper zu zucken über Produkte informieren, die noch vor zwei Euro günstiger ist. Oder noch ein nettes Goodie obendrauf legt.

Verkäufer, die nur grau auswendig gelernte Produkt-Fakten herunterleiern, haben es schwer. Und wenn sie nicht im Zukunft die Nase vorn zu haben, müssen sich Unternehmen warm anziehen. Erfolgreich ist jetzt, wer an den richtigen Schrauben dreht. Und zwar an zwei. Es reicht nicht aus, viel Geld in die Entwicklung zu stecken und immer weiter neue Produkte und Dienstleistungen auf den Markt zu werfen.

Mindestens genauso wichtig ist auch die Investition in ein nachhaltiges, individuelles Training der Verhaltensmuster/Skill, damit die Verkäufer in der Lage sind, Kundenbedürfnisse zu erkennen – und zu wecken. Leider verfahren viele Unternehmen hier immer noch nach Schema F.

Nicht gekauft hat er schon: So denken Top-Verkäufer

- Martin Limbeck
- Herausgeber: Redline Verlag
- Gebundene Ausgabe: 208 Seiten

19,99 EUR *prime

Bei Amazon kaufen

Nur der Stärkste überlebt

Auch ich durfte zu Beginn meiner Karriere solch zweifelhafte Trainingserfahrungen sammeln. Es ist beinahe 20 Jahre her, dass ich mit einem Koffer voll Produkten durch die wilde ex gestoben gewesen. Ich hatte meinen ersten Job als Junioranklopfer in der Tasche und war stolz wie Oscar. Das Unternehmen hatte mir ein Training der Fassgerade her, ich hatte ein Aussendienst angeheuert. Bevor es wirklich losging, gab es erst mal eine Schulung.

Ich sass also mit 28 anderen Juniorverkäufern aus dem ganzen Bundesgebiet auf Burg Stromberg. Zuerst hatten wir eine Woche Training im Hotel. Ich war der Fleissigste von allen, der Obereifrige. Dann ging's nach Freiburg, ohne feste Produktkenntnisse, einkalt ins Wasser geworfen. Unsere Aufgaben: Termine machen, Verkaufsgespräche führen, von Tür zu Tür gehen. Interessenten zur Hausmesse zu Frauenwein einladen. Und wenn es irgendwie geht: Kojener verkaufen.

Tja, und das war's. Da hörte keiner beim Telefonieren zu und gab dir danach Tipps, was du besser machen könntest. Es kam keiner mit zum Kunden, um deine Performance vor Ort zu bewerten. Es gab keine Feedbacks. Und wenn die Starken und Schnellen rechten wir mal gar nicht sprechen. Die Mannschaft war mir völlig egal. Ich war Einzelkämpfer und wollte es allen zeigen. Ich wollte der Beste sein.

Eigentlich klar, dass das nicht lagen konnte, oder? Ich habe noch nie gehört, wie ein Elektrojeter: Und war am Ende nach zwei Wochen Feldtraining der Einzige, der überhaupt einen Kojener verkauft hatte. Zwei sogar, die gingen aus dem Team. Ich mich heute daran zurückerinnere, kann ich nur den Kopf schütteln. Einer von insgesamt 28 Juniorverkäufern. Was für eine riesige Quote! Immerhin war es damals soweit was das Eldorado für Kojenverkäufer. Die neue Technik hielt Einzug in die Büros der Republik, nur war es so einfach, neue Geräte an den Mann zu bringen.

Das neue Hardselling: Verkaufen heißt verkaufen - So kommen Sie zum Abschluss

- Martin Limbeck
- Herausgeber: Springer Gabler
- Auflage Nr. 6 (23. 11 2016)
- Gebundene Ausgabe: 288 Seiten

29,99 EUR *prime

Bei Amazon kaufen

Fehlbesetzungen kommen Unternehmen teuer zu stehen

Die Quote wurde auch im Laufe der Zeit nicht besser. Nach einem Jahr waren von den Jungs, die mit mir angefangen hatten, ausser mir nur noch zwei übrig. Die restlichen hatten das Handtuch geschmissen. Wirtschaftlich gesehen ist das eine echte Katastrophe! Mag sein, dass einige von ihnen auch ungeeignet waren für den Zeug zum Verkäufer hatten. Doch aus heutiger Sicht bin ich mir sicher, dass ein guten Training hier einiges rausgerissen hätte. Ohne ein solches „Try-and-Error-Prinzip" kann ich heute kein Unternehmen mehr leiten.

Im Rahmen meiner Arbeit bin ich auf eine Studie von Talentry gestossen, Anbieter einer Mitarbeiterentwicklungs-Software. In Zusammenarbeit mit der Humboldt-Universität Berlin und dem Privat-Institut für Qualitätssicherung in Personalauswahl und -entwicklung (IQP) haben sie HR- und Vertriebsexperten aus rund 100 mittelständischen Unternehmen und Konzernen befragt. Eines der Studienergebnisse: Fehlbesetzungen im Vertrieb beliefen sich auf Kosten von rund 235.000 Euro, verursacht von „Minderleistung" und „Makis beim Kunden". Ja, richtig gelesen. Das ist eine ungeheuerliche Summe! Geld, welches besser in geeignete und nachhaltige Trainings investiert wäre.

Warum keiner will, dass du nach oben kommst ...: ... und wie ich es trotzdem geschafft habe

- Martin Limbeck
- Herausgeber: Redline Verlag
- Gebundene Ausgabe: 208 Seiten

19,99 EUR *prime

Bei Amazon kaufen

Bedürfnisgerechtes Training statt „One size fits all"

Diese Beobachtungen sind mit einer der Gründe, warum ich als Unternehmer mittlerweile darauf achte, meine Angebot weiter zu verfeinern. Ich merke Hemmnisse und meinen Trainingsprogrammen dabei helfen, ihre Mitarbeiter fit für die Zukunft zu machen. Und damit meine ich keine kurzfristigen Eintagsfliegen, sondern umfangreiche Trainingsprogramme, die genau auf den Bedarf ausgerichtet sind. Einfach Wissen vermitteln reicht nicht mehr – wir müssen den Verkäufern auch dabei helfen, das neuerworbene Wissen in ihren Arbeitsalltag zu integrieren und anwenden. Dazu nutzen wir, jedes Unternehmen andere Produkte verkauft.

Ergo sind die Verkäufer in ihrem Job auch mit ganz unterschiedlichen Herausforderungen konfrontiert. Dass hier kein „One size fits all" funktioniert, sollte eigentlich nonsensitiv sein. Basierend auf diesen Überlegungen habe ich daher den LOOP-Prozess® entwickelt.

Nicht geplant habe ich schon (Jahresplaner 2017)

- Martin Limbeck
- Herausgeber: Redline Verlag
- Gebundene Ausgabe: 192 Seiten

19,95 EUR *prime

Bei Amazon kaufen

Einen modular aufgebauten Trainingsprozess, der sich an den spezifischen Gegebenheiten der Trainingsteilnehmer orientiert. Statt einfach drauflos zu trainieren, machen wir uns vor Ort ein Bild und schauen, wo der Schuh drückt. Wir begleiten einige Verkäufer zu Kunden, sprechen hinterher mit den Mitarbeitern und setzen uns ausserdem mit den Führungskräften zusammen. In anschliessenden Workshops werden weitere Inhalte, Themen und Ziele identifiziert.

Basierend darauf entwickeln und erarbeiten wir dann gemeinsam ein Konzept für einen individuellen LOOP-Prozess®. Dieser kann wie Themen und Inhalte entsprechend der Notwendigkeit geschnürt und ein passendes Paket für jedes Unternehmen geschnürt werden. Präsenztraining, Training-on-the-Job, Online-Training – wir setzen auf die Kombination verschiedener Massnahmen, um so das optimale Ergebnis zu erzielen einen nachhaltigkeit und messbare Produktivitätssteigerung. Trainingseinheiten von der Stange können das nicht leisten – und gehören daher der Vergangenheit an!

Limbeck Laws: Das Gesetzbuch des Erfolgs in Vertrieb und Verkauf. (Dein Business)

- Martin Limbeck
- Herausgeber: GABAL
- Auflage Nr. 2 (19.09.2016)
- Gebundene Ausgabe: 264 Seiten

19,90 EUR *prime

Bei Amazon kaufen

Artikelbild: ImageFlow – shutterstock.com

SOCIAL MEDIA

MEISTGELESEN

jobs.ch: Diese 10 Arbeitgeber sind bei Jobsuchenden besonders begehrt

Tendenziöse „Kassensturz"-Sendungen über Steuerfuss-Fall im Kanton Bern

UBS Lohnumfrage: Lohnanstieg von 0.7 Prozent für 2018 zu erwarten

Lidl Schweiz: Für die Mitarbeitenden kein Verlust an Helligkeit

Telekommunikation mobilezone verlegt den Hauptsitz nach Rotkreuz

Steuerfüsse und Steuerkraft: Über 1/3 der Gemeinden passt Besteuerung an

Prepaid-Kartenprogramm von Monaco erhält grünes Licht

PUBLINEWS

belmedia Verlag: Online stets topinformiert

Um neue Kunden zu erreichen, ist das Internet wichtiger geworden denn je. Dabei ist es wichtig, dass man seinen Lesern nützliche Informationen liefert.

Weiterlesen

EMPFEHLUNGEN

PUBLIREPORTAGEN

TOP AUTOREN

Claudia Fischer
So verkaufen Sie besser am Telefon!

Marc M. Galal
5 Tipps, wie Verkäufer aus der Negativspirale ausbrechen

belmedia redaktion
Binäre Optionen – ein kritischer Blick

Zum Autor | Letzte Beiträge

Über Martin Limbeck

Martin Limbeck ist Inhaber der Martin Limbeck® Training Group, einer der führenden Experten zum Thema Vertrieb und Verkauf. Er begleitet als Vertriebsexperte für Unternehmen, unter denen in hessigerhaltigen und renommierteren Business-Speaker und Verkaufsspezialisten auf internationalem Eberne. 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 ausgezeichnet. Mehr Information auf www.martinlimbeck.de.

MEISTVERKAUFTE NR. 1 | ANZEIGE*

ONLY Damen Strickjacke Oridsmund Cardigan-Jrs, Grau (Dark Grey Melange), 38 (Herstellergröße: M)

- ONLY Damen Langarm Strickarmand. Hoher Tragekomfort da der Cardigan leicht und leicht am Körper sitzt.
- Sehr schön mit Business Kleidung oder Jeans kombinierbar. Perfekt für die Übergangszeit im Herbst/Winter.
- Das Modell hat keinen Verschluss und wird daher offen getragen.
- Hersteller: Only, Modell: ortDiamond Only Cardigan, Style Nr. 15151863
- Farben: dark grey melange (grau), blau (night sky), cloud dancer (weiß), Material: 100% Baumwolle

13,42 EUR

Bei Amazon kaufen

MEISTVERKAUFTE NR. 2

TOM TAILOR Herren Pullover Basic v-Neck Sweater, Grün (Algal Green Melange 7021), Medium

- TOM TAILOR
- Textilien

29,99 EUR *prime

Bei Amazon kaufen

MEISTVERKAUFTE NR. 3 | ANZEIGE*

Nike Herren Mercurial Victory VI CR7 IC Fußballschuhe, Blau (Blue Tint/Black-White-Blue Tint), 40 EU

- Obermaterial aus Kunstleder mit eingegrabten Rillen für ein besseres Ballgefühl
- Langlebige Konstruktion für eine eng anliegende Passform
- Halten- und Hartplatz-Außensohle für Traktion auf Straßen-, Hartplatz- und Hallenbelägen
- Nike
- 40 EU

64,46 EUR

Bei Amazon kaufen