



23. Februar 2018

Martin Limbeck: Schaffen Sie Freiräume für den Verkauf!

Administrative Aufgaben rauben Vermittlern immer mehr Zeit für Kundengewinnung und Beratung. Schluss damit, ruft Verkaufstrainer Martin Limbeck auf. Eine Führungskraft muss Freiräume für Verkauf und Akquise schaffen.

» Weiterempfehlen

» Kommentieren

» Drucken

Ähnliche News

- » „Smarteste Versicherungsmaklerin“ am Informationstag gekürt
- » R+V Expertentag zur Kredit- und Haftpflichtversicherung
- » IFA-Forum: Topmanager über Versicherung im Wandel
- » Der „erweiterte Unfallbegriff“ und seine Schwierigkeiten
- » Griesmayr ab April nicht mehr VAV-Chef

von Martin Limbeck

„Ich weiß auch nicht, wieso die Abschlussquote bei uns nicht steigt. Alle unsere Berater sind den ganzen Tag beschäftigt und akquirieren, was das Zeug hält!“ Sie glauben nicht, wie oft ich das schon von Führungskräften zu hören bekommen habe. Und das Schlimmste daran: Es stimmt meistens nicht. Klar tun alle schwer beschäftigt, wenn der Chef vorbeischaut. Spreche ich dann jedoch mit den Mitarbeitern, beklagen sich diese in erster Linie über wenig effiziente Abläufe, die ihnen die ohnehin schon knappe Zeit stehlen.

Fakt ist: Vielerorts verbringen die Verkäufer viel zu wenig Zeit mit aktivem Verkaufen! Kein Wunder, dass Kennzahlen nicht erreicht werden, wenn jeder Kundenkontakt umständlich dokumentiert werden muss und Berater dazu noch Aufgaben übernehmen, die eigentlich auch der Innendienst prima erledigen könnte. Was ich damit sagen will: Sie brauchen keine besseren Verkäufer – sondern Sie müssen Ihnen die nötigen Freiräume schaffen!

Meetings: kurz und knackig

Hier sollten Sie sich auch als Führungskraft an die eigene Nase packen, Stichwort Meetings. Es bringt niemandem etwas, wenn Sie Ihre Mannschaft alle paar Tage zum Rapport antreten lassen, stundenlang die Zahlen durchkauen und ein ergebnisloses Brainstorming das nächste jagt. Gestohlene Zeit, in der Ihre Berater schon Kundengespräche hätten führen können. In der Kürze liegt die Würze: Treffen Sie sich jede Woche zu einem festen Zeitpunkt für maximal 30 Minuten. Mein Favorit ist dabei der Montag, da meine Salesstars dann gerade frisch und motiviert in die neue Woche gestartet sind. Gehen Sie gemeinsam die wichtigsten Themen durch, am besten informell im Stehen mit einer Tasse Kaffee – und dann wieder ran an die Arbeit. Von nichts kommt nichts!

Akquise: digitale Chancen nutzen

Und apropos Akquise: Ich bin ein Fan der guten, alten Kaltakquise. Doch ich bin immer wieder entsetzt, wie planlos viele Verkäufer an die Sache rangehen. Dabei gibt es dank der Digitalisierung so viele tolle Möglichkeiten, schon einen ersten Draht zum Kunden zu spannen! Bieten Sie kostenlose Checklisten zum Download an, Newsletter zu verschiedenen Themen – natürlich immer verbunden mit einem Formular. Solche Inbound-Marketing-Maßnahmen helfen Ihnen nicht nur dabei, neue Kontakte zu gewinnen. Gleichzeitig signalisieren die Interessenten damit direkt ein erstes latentes Kaufinteresse, auf das Ihre Berater dann aufsetzen können. So geht Kaltakquise 4.0!

Der Autor

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