

DAS KÖNNTE SIE AUCH INTERESSIEREN



Massiver Stellenabbau bei Rockwell Automation...



Kommender Zinsentscheid der Fed – Worte statt...



4 Gründe für einen Eventmoderator



Betrug im Netz – Polizeikorps der Schweiz und...

hier werben

powered by plista

Vertrieb im Umbruch: Alle Augen auf den Kunden!

12.06.2019 | VON MARTIN LIMBECK | DIGITALISIERUNG, KOMMUNIKATION, MARKETING, NEWS



3
SHARES



KEINE BEITRÄGE MEHR VERPASSEN? HIER ZUM NEWSLETTER ANMELDEN!

E-Mail *

Jetzt anmelden

Egal, in welcher Branche Sie tätig sind: Um die Digitalisierung werden Sie nicht herumkommen.



Jetzt bewerten!

PUBLIREPORTAGEN

EMPFEHLUNGEN

MEISTGELESEN



Kanton Zug: Engländer bezog trotz Wegzug Arbeitslosengelder



Vorsicht vor Betrugsmaschinen! Seniorin (85) um Teil ihres Ersparnen gebracht



Kanton Zug: Einsatzkräfte überführen als Touristen eingereiste Schwarzarbeiter



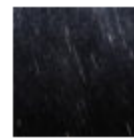
Baustellen in Glarus, Ennenda, Netstal und Näfels kontrolliert



Vor Scheinrechnungen für Bürosoftware wird gewarnt



Massiver Stellenabbau bei Rockwell Automation – 250 Stellen sollen wegfallen



Allianz Suisse: Unwetter verursacht Millionenschäden in der Westschweiz

TOP AUTOREN



Olaf Hoffmann
Hinter jedem grossen Mann steht eine starke Frau und anders herum



Janine El-Saghir
Der Business24
Wochenrückblick: Starker Franken, Bankprobleme, Griechenland, Ukraine-Krise



Daniel Lehrmann
Präsentationen im Unternehmen

Vielen Führungskräften treibt der notwendige Wandel den Angstschweiss auf die Stirn, denn Veränderung ist niemals leicht. Der Weg in die digitale Zukunft ist steil und gegebenenfalls holprig – ihn nicht anzutreten ist jedoch keine Option.

Wichtig ist, dass Unternehmen nicht den Kopf verlieren und panisch anfangen, an allen Ecken und Enden etwas zu verändern, ohne einen allumfassenden Plan im Hinterkopf zu haben. Entscheidend ist dabei ausserdem, an der richtigen Stelle anzufangen: Beim Kunden! Wer erst einmal das Innere der Company umbaut, läuft Gefahr, am Ende ohne Käufer dazustehen, da diese sich vom Wettbewerb besser abgeholt fühlen und längst gewechselt sind.

Verkaufen in digitalen Zeiten

Hand aufs Herz: Wissen Sie und Ihre Vertriebsmannschaft, welche Bedürfnisse Ihre Kunden haben? Was sie sich wünschen? Und was Sie tun können, um ihnen ein noch besseres Käuferlebnis zu bieten? Es ist höchste Zeit, den alten Staub aus den Fluren zu fegen!

Mit „Das haben wir immer schon so gemacht!“ werden Sie zukünftig keinen Blumentopf und erst recht keine Neukunden mehr gewinnen. Alle im Unternehmen müssen sich weiterentwickeln, um die Erfahrung an jedem Touchpoint für den Kunden zu etwas Besonderem zu machen. Keine leichte Aufgabe. Besonders nicht für Unternehmen, die traditionell eine sehr starre Struktur haben. Der langjährige Erfolg gab Unternehmen wie Banken und Versicherungen recht, an ihrem hierarchischen Modell festzuhalten – bis jetzt. Denn all das Warten, die ganze Inflexibilität und das Vertagen von guten, kreativen Ideen kostet heute bares Geld, der Kunde wartet nicht. Und wendet sich schnell dem Anbieter zu, der ihm ein rundes Paket aus Preis, Leistung und digitalen Services bietet.

Langfristige Weiterbildung für nachhaltigen Vertriebserfolg

Viele Unternehmen stützen sich also Hals über Kopf in ihr Change-Projekt – und übersehen dabei einen entscheidenden Faktor: Egal wie gross die Motivation ist, wir sprechen hier davon, nicht nur Strukturen zu verändern, sondern auch das Verhalten der Mitarbeiter den Kunden gegenüber. Die grosse Herausforderung besteht darin, Mitarbeiter, die vielleicht schon seit 20 Jahren oder länger in ihrem Job sind, aus ihrem Schema F zu holen – ohne, dass sie sich überfordert fühlen und dichtmachen. Dass hier kein zweitägiges Seminar à la „Verkaufen mit Kundenfokus“ ausreicht, sollte klar sein. Wissensdruckbetankung kann nicht das Mittel der Wahl sein, um eine langfristige Verhaltensänderung zu erzielen.

Techniken und Methoden müssen den Leuten natürlich beigebracht werden – doch es kommt heute mehr denn je auf das „wie“ an! Theoretisches Wissen nutzt wenig, wenn die Leute nicht wissen, wie sie die PS auf die Strasse bekommen. Um nicht wieder in die alte Routine zu verfallen, braucht es neue Weiterbildungskonzepte im Vertrieb. Hier helfen Learning Journeys, die in Form von Blended Learning oder einer individuellen Mischung aus Online-Inhalten und Training-on-the-Job die Mitarbeiter unterstützen und fördern, Neues selbst auszuprobieren und auf ihre Weise umzusetzen. Dabei immer im Fokus: Der Kunde und seine Wünsche und Bedürfnisse. Eine wichtige Technik, die Ihre Verkäufer unter anderem künftig beherrschen sollten, möchte ich Ihnen im Folgenden noch genauer vorstellen.

Eine gute Story verkauft!

Gerade weil sich gut vorbereitete Kunden heute im Verkaufsgespräch nicht mehr mit Zahlen, Daten und Fakten beeindrucken lassen, spielen die Emotionen eine umso grössere Rolle. Denken Sie immer daran: Kaufentscheidungen sind, egal wie rational wir auch argumentieren, immer eine emotionale Sache. Was echte Sales Stars an dieser Stelle von durchschnittlichen Verkäufern unterscheidet? Sie setzen auf eines der mächtigsten Instrumente im Verkauf, um einen direkten

Eins hat sich nämlich seit der Steinzeit nicht geändert: Menschen lieben Geschichten. Und sobald eine Erzählung Gefühle in uns auslöst, sind wir aufmerksamer, involvierter und aufnahmebereiter – etwa für das Angebot, dass uns ein Verkäufer unterbreitet. Natürlich geht es hier nicht um irgendeine Story. Die Kunst besteht daran, dass der Kunde das Gefühl bekommt, dass die Geschichte irgendwas mit ihm selbst und seinem Leben zu tun hat.

Die besten Andockpunkte sind Sehnsüchte und Ängste, also Emotionen, die unser Handeln bestimmen, die wir zugleich jedoch tief in uns verborgen tragen und in einem geschäftlichen Gespräch eigentlich nicht einfach zur Sprache bringen würden. Mit dem richtigen Dreh gelingt es, dass die Geschichte Bilder im Kopf des Kunden entstehen lässt – und das ist genau Ihr Ziel! Um das zu erreichen, eignen sich neben konkreten Beispielen von zufriedenen Kunden auch „Was-wäre-wenn-Hypothesen“ perfekt. Sie beginnen mit einer Einleitung wie: „Stellen Sie sich einmal vor, Herr Kunde, wie Sie bereits in wenigen Monaten einen wunderbaren Sommer mit Ihrer Familie in diesem Haus verbringen könnten ...“ – und fragen zum Abschluss: „Welches Potenzial sehen Sie für sich in diesem Angebot?“ Sieht der Kunde sich gewissermassen schon selbst im Liegestuhl auf der Veranda sitzen, während die Kinder auf dem Rasen spielen, ist der Abschluss schon zum Greifen nahe!

Entscheidend ist dabei, dass die Story plausibel ist, Ihre Kunden abholt – zugleich jedoch auch Raum für eigene Bilder lässt. Je mehr Sinne Sie ansprechen, umso besser. Auch wenn es auf der Hand liegt: Lassen Sie den Kunden selbst erkennen, was gewissermassen die „Moral aus der Geschichte“ ist. Denn so geben Sie Ihrem Gegenüber das Gefühl, die Vorstellung selbst entwickelt zu haben.

Jetzt neu

LIMBECK. VERKAUFEN.

**DAS
STANDARD-
WERK**
für den
VERTRIEB



Martin Limbeck

Limbeck. Verkaufen.

Das Standardwerk für den Vertrieb

GABAL Verlag 2018

ISBN: 978-3-86936-863-4

Print € 59,00

E-Book € 45,99

Verkaufen war nie herausfordernder: Das Kaufverhalten hat sich tiefgreifend verändert. Im Zuge der Digitalisierung sind Kunden heute besser informiert, fordernder und schneller als je zuvor. Der neue Experte heisst Kunde! Auch die Zahl der Verkaufskanäle hat sich in den letzten zehn Jahren dramatisch vervielfacht. Einkaufsstrukturen und Entscheidungswege in Unternehmen haben sich massiv gewandelt. Also ist es nur noch eine Frage der Zeit, bis Roboter und Computerprogramme den Vertrieb übernehmen? Keineswegs, so die These von Vertriebskoryphäe Martin Limbeck. Für ihn steht fest: Verändertes Kaufverhalten erfordert auch neues VERKAUFSverhalten!

In seinem neuen, monumentalen Standardwerk zum Thema Verkaufen präsentiert Limbeck sein profundes, persönliches Know-how aus über 30 Jahren Verkauf und Vertriebstraining. Erfolgserprobte Strategien, praktische Tipps und wertvolle Anregungen: „LIMBECK. VERKAUFEN.“ ist das Lebenswerk eines Verkäufers aus Leidenschaft – und ein umfassendes Praxisbuch für jeden, der auch in Zukunft erfolgreich verkaufen möchte!



Limbeck. Verkaufen.: Das Standardwerk für den Vertrieb (Dein Business)

- Martin Limbeck
- GABAL Verlag
- Kindle Edition
- Auflage Nr. 1 (01.10.2018)
- Deutsch

[Bei Amazon kaufen](#)


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

- Martin Limbeck
- Springer Gabler
- Kindle Edition
- Auflage Nr. 6 (30.11.2016)
- Deutsch

[Bei Amazon kaufen](#)




Nicht gekauft hat er schon: So denken Top-Verkäufer


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

19,99 EUR 

Bei Amazon kaufen

Titelbild: mrmohock – shutterstock.com

 Zum Autor

 Letzte Beiträge



Über [Martin Limbeck](#)

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 ausgezeichnet. Mehr Informationen auf www.martinlimbeck.de.

