

DAS KÖNNTE SIE AUCH INTERESSIEREN


Herausforderung Vertriebsführung: Denken Sie...



Digitales Nomadentum: Das Business-to-go für...



wee wird stationären Einzelhandel im Allgäu...



Kanton Zug: Bei Kontrollen mehrere Schwarzarbeit...

hier werben

powered by plista

Glaubwürdigkeit als Führungskraft: Anpacken statt Anprangern!

31.10.2019 | VON MARTIN LIMBECK | NEWS, ORGANISATION, PERSONALLEITUNG



 Facebook  Mehr...

KEINE BEITRÄGE MEHR VERPASSEN? HIER ZUM NEWSLETTER ANMELDEN!

E-Mail *

Jetzt anmelden

„Der Martens hat ja leicht reden ... Erzählt mir, dass meine Abschlussquote zu schlecht wäre ... dass ich an meinen Verkaufsgesprächen arbeiten muss ... Der hat doch gar keine Ahnung, was da draussen abgeht! Die Kunden sind so anspruchsvoll und schwierig geworden, der würde sich selbst die Zähne ausbeissen!“

★★★★★
Jetzt bewerten!

PUBLIREPORTAGEN
EMPFEHLUNGEN
MEISTGELESEN


Firmenessen in gepflegter Atmosphäre: Wirtschaft Schützenmatt in Inwil / Luzern



Schweizer Transportfirma hinterzieht Einfuhrabgaben in Millionenhöhe



Kanton Zug: Bei Kontrollen mehrere Schwarzarbeitende festgestellt



Besucher informierten sich zum Thema Cyber-Security



Digitales Nomadentum: Das Business-to-go für Unkonventionelle



Handelsstreit zwischen USA und China: Einigung auf „Phase 1“-Abkommen



Bestechung – Rohstoffhändler Gunvor muss Millionenbusse zahlen

TOP AUTOREN


Sonja Wittig, Frauke Ion und Markus Brand
Persönlichkeitsanalysen für Vertriebler: Wer sich selbst und den Kunden besser versteht, wird erfolgreicher verkaufen



Sonja Wittig, Frauke Ion und Markus Brand
Persönlichkeitsanalysen für Vertriebler: Wer sich selbst und den Kunden besser versteht, wird erfolgreicher verkaufen



Stefan Bregenzer
Erfolgsfaktoren/Tipps für eine Softwareentwicklung mit

Hand aufs Herz: Könnte es sein, dass Ihre Mitarbeiter so oder ähnlich über Sie sprechen? Ich habe immer wieder die Erfahrung gemacht, dass es Führungskräften an Glaubwürdigkeit fehlt – gerade in Situationen, in denen es mal nicht so gut läuft. Bitte verstehen Sie mich richtig: Es ist nicht der Job einer Vertriebsführungskraft, anstelle seiner Verkäufer Kundengespräche zu führen. Doch es ist Ihre Aufgabe, Ihre Mitarbeiter erfolgreich zu machen.

Dazu gehört auch, Sie bei der Weiterentwicklung ihrer Sales-Skills zu unterstützen. Das gelingt jedoch nur, wenn Ihre Leute Sie auch ernst nehmen und sich von Ihnen etwas sagen lassen. Wie Sie diesen Status erreichen? Ganz einfach: indem Sie sich selbst auch mal die Hände schmutzig machen! Zeigen Sie Ihren Leuten, dass Sie einer von ihnen sind. Dass Sie wissen, wie der Hase läuft und das Handwerk ebenfalls draufhaben.

Mitarbeiter begleiten, nicht anleiten

Eins sollte direkt klar sein: Wenn es bei einem Ihrer Leute nicht rundläuft, bringt es nichts, im Trüben zu fischen. Mutmassungen bringen keinen weiter – und es nützt auch nichts, wenn Sie dem Verkäufer Handlungsanweisungen mit auf den Weg geben, die er in der Praxis nicht umsetzen kann. Machen Sie sich also lieber einen persönlichen Eindruck! Und reden Sie sich nicht raus, dass Ihr Terminkalender schon so voll sei. Es ist Ihr Job, sich um Ihre Mitarbeiter zu kümmern und sie zu unterstützen, wo immer es nötig ist.

Fahren Sie also mit zum Kunden. Jedoch nicht, um das Gespräch an sich zu reißen und ein Exempel zu statuieren. Lassen Sie Ihrem Verkäufer das Wort, beobachten Sie – und greifen Sie nur ein, wenn es wirklich absolut unvermeidbar ist. Diese Vorgehensweise bringt direkt zwei Vorteile für Sie: Sie können sich ein Bild von der Performance Ihres Mitarbeiters machen und ihm danach anhand der konkreten Situation Feedback geben. Und Sie bleiben am Puls der Zeit und erleben live mit, welche Erwartungen, Wünsche und Vorstellungen Ihre Kunden haben.

Do's und Don'ts beim „begleiteten Verkaufen“

1. Falls Sie von sich aus Ihren Mitarbeiter begleiten möchten, sollten Sie eins klar kommunizieren: Sagen Sie Ihrem Verkäufer, dass es sich nicht um eine „Prüfung“ oder ähnliches handelt. Möglicherweise macht sich der arme Kerl sonst schon Sorgen um seinen Job und ist im anschließenden Verkaufsgespräch vor lauter Nervosität nicht richtig bei der Sache. Besser, Sie bringen klar rüber, dass Sie durch Ihr Feedback helfen möchten, seine verkäuferischen Fähigkeiten zu verbessern.
2. Ihr Verkäufer hätte Sie gerne beim Termin dabei? Dann fragen Sie auf jeden Fall nach, wobei er speziell Ihre Unterstützung braucht. Möglicherweise hat er sich mit einem Rabatt zu weit aus dem Fenster gelehnt – oder der Kunde traut ihm nicht genug zu und möchte den Chef dabei haben. So oder so ist ein Briefing unabdingbar, damit Sie sich gemeinsam auf das Gespräch vorbereiten und eine Strategie festlegen können.
3. Ihr Verkäufer ist der Star! Sie sind der Nebendarsteller, verhalten Sie sich also auch entsprechend. Leisten Sie, wenn überhaupt nötig, Schützenhilfe – stellen Sie jedoch unter keinen Umständen vor dem Kunden die Kompetenz Ihres Mannes in Frage! Für die Manöverkritik bleibt später noch genug Zeit – unter vier Augen.
4. Je nach Kunde kann es sinnvoll sein, wenn Sie die „Rollen“ vorher abstimmen. Möglicherweise macht es Sinn, dass Sie als „Bad Guy“ agieren, so dass sich Ihr Verkäufer als Führsprecher des Kunden profilieren und ihn so für sich gewinnen kann.
5. Greifen Sie wirklich nur dann ein, wenn es fünf vor zwölf ist: Etwa, wenn der Abschluss in Gefahr ist oder Ihr Verkäufer das Angebot nicht ganz richtig darstellt. Oder weil eine langjährige Kundenbindung auf dem Spiel steht. Und natürlich dann, wenn Ihr Mitarbeiter Sie, verbal oder nonverbal, um Unterstützung bittet.

Nach dem gemeinsamen Termin ist Zeit für ein Feedbackgespräch. Lassen Sie nicht zu viel Zeit verstreichen, sondern setzen Sie sich zeitnah mit Ihrem Verkäufer zusammen, damit Sie Beide das Kundengespräch noch frisch im Gedächtnis haben. Erläutern Sie dann, warum Sie in welcher Situation eingegriffen haben – und geben Sie Ihrem Mitarbeiter basierend darauf Handlungsempfehlungen für folgende Kundentermine. Der Schlüssel zum Erfolg heisst konstruktive Kritik: Machen Sie die Sales-Skills nicht schlecht, sondern zeigen Sie stattdessen Stellschrauben auf, mit denen die Gespräche noch verbessert werden können. Ich garantiere Ihnen, dass Ihre Leute sich auf diese Weise verpacktes Feedback wesentlich eher zu Herzen nehmen werden.



MARTIN LIMBECK

Limbeck. Vertriebsführung.

Das Standardwerk für Sales Management

446 Seiten, gebunden

ISBN 978-3-86936-931-0

€ 32,00 (D) | € 32,90 (A) Subskriptionspreis bis 30.09., danach

€ 39,00 (D) | € 39,90 (A)

GABAL Verlag, Offenbach 2019

Die Digitalisierung hat den Vertrieb revolutioniert. Wer seine Produkte und Dienstleistungen verkaufen möchte, muss sich heute mehr einfallen lassen als noch vor zehn Jahren. Das wirkt sich auch auf die Vertriebsführung aus: Vertriebe

noch vor zehn Jahren. Das wagt sich auch auf die Vertriebsführung aus. Vertriebsleiter stehen vor der Herausforderung, sich vollkommen neu aufzustellen. Das verlangt von Vertriebsleitern und Führungskräften nicht nur geballtes Wissen über die aktuellen Entwicklungen des Marktes und der Kundschaft, sondern auch die klare Fokussierung auf die Führungsarbeit. Denn nur wer die Bedingungen schafft, damit die Mitarbeiter jeden einzelnen Tag ihre besten Leistungen bringen können, macht seinen Vertrieb fit für die digitale Zukunft.

Wie es unter diesen neuen Voraussetzungen gelingen kann, am Puls der Zeit zu bleiben und Unternehmen und Mitarbeiter zum Erfolg zu führen, vermittelt Vertriebskoryphäe Martin Limbeck in seinem neuen, umfangreichen Kompendium **Limbeck. Vertriebsführung.** Checklisten, Infokästen und die knackigen „Limbeck-Tipps“ machen das Buch zu einem umfassenden Standardwerk, das sowohl als Arbeitsbuch wie auch als „Duden der Vertriebsführung“ für jede Herausforderung genutzt werden kann.

Weitere Informationen: www.limbeck-vertriebsfuehrung.de



Limbeck. Vertriebsführung.: Das Standardwerk für Sales Management (Dein Business)

- Martin Limbeck
- Herausgeber: GABAL
- Auflage Nr. 1 (01.10.2019)
- Gebundene Ausgabe: 448 Seiten

32,00 EUR ✓Prime

Bei Amazon kaufen



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: tsyhun – shutterstock.com

 Zum Autor

 Letzte Beiträge




Über Martin Limbeck

Martin Limbeck ist Inhaber der Limbeck® 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. Darüber hinaus erhielt die Limbeck® Group die Auszeichnung „Beste Arbeitgeber in NRW 2019“ von Great Place to Work®. Mehr Informationen auf www.martinlimbeck.de und www.limbeckgroup.com.



 Facebook

 Mehr...