

# LAW OF ATTRACTION: GUTE UNTERNEHMEN ZIEHEN GUTE VERKÄUFER AN

Es gibt immer noch genug erstklassige Verkäufer da draußen – und auch junge Leute, die Spaß an dem Job haben.

**E**gal, in welcher Branche Sie sich umhören – das Jammern ist meist laut und unüberhörbar: „Wir finden einfach keine guten Nachwuchskräfte mehr!“ Gerne auch in Kombination mit dem beliebten Glaubenssatz: „Verkäufer ist bei den jungen Leuten halt kein attraktiver Beruf.“ Zugegeben: Aktuelle Studien belegen, dass gerade bei der „Generation Z“ Berufe hoch im Kurs stehen, die Sicherheit und Stabilität garantieren. Geregelt Einkommen, bequemes Büro, feste 9-to-5-Arbeitszeiten. Schön eine ruhige Kugel schieben halt. Jobs im öffentlichen Dienst, die früher nur was für „Spießler“ waren, boomen plötzlich.

Und es stimmt, dass der Beruf des Verkäufers in Deutschland keinen so leichten Stand hat. Besonders hart trifft es die Finanz- und Versicherungsdienstleistung: So ergab beispielsweise das „Young Professionals Barometer“ der Trendence Institut GmbH, dass sich 35,2 Prozent der jungen Leute auf keinen Fall bei Banken oder Versicherungen bewerben, wenn sie einen neuen Job suchen. Leider sicherte sich die Branche damit den „Spitzenrang“ in puncto Unbeliebtheit. Also am besten jeden Bewerber nehmen, der sich ins Unternehmen verirrt? Auf keinen Fall!

## In Zeiten des „War for Talents“ darf Recruiting nicht länger als lästige Aufgabe an die HR-Abteilung wegdelegiert werden

Ich bin fest davon überzeugt, dass es immer noch genug erstklassige Verkäufer da draußen gibt – und auch junge Leute, die Spaß an dem Job haben. Haben Sie schon mal daran gedacht, dass es möglicherweise an Ihnen liegt? Ich glaube fest an das „Law of Attraction“ – jeder bekommt das, was er verdient. Im Leben, im Job, in der Partnerschaft – und auch wenn es um die Suche nach neuen Verkäufern geht. Spitzentalente wachsen nicht auf Bäumen. Und sie drehen auch keine Däumchen und warten auf Ihre Stellenanzeige. Sie müssen sich bei ihnen bewerben, nicht umgekehrt! Und diese Sales-Stars entscheiden sich auch nur dann für Ihr Unternehmen, wenn sie die Produkte interessant finden, die sie zukünftig vertreiben sollen. Und wenn sie sich mit den Werten des dahinterstehenden produzierenden Unternehmens identifizieren können.

Spätestens an dieser Stelle ist Ihnen wahrscheinlich klar: Sie können nicht einfach weitermachen wie bisher. In Zeiten des „War for Talents“ darf Recruiting nicht länger als lästige Aufgabe an die HR-Abteilung wegdelegiert werden. Um echte Talente zu gewinnen, müssen sich Unternehmen heute im wahrsten Sinne

des Wortes gut verkaufen! Die Bewerber haben die Qual der Wahl und schauen genau hin, bei welchem Unternehmen sie sich wirklich wohlfühlen würden. Und bitte: Es ist längst nicht mehr damit getan, hohe Boni, einen schicken Dienstwagen oder ähnliche Incentives zu versprechen. Gerade bei der jungen Generation steht die Work-Life-Balance stark im Fokus. Statt Überstunden zu schieben, wünschen sich diese Mitarbeiter feste Arbeitszeiten und -orte, um ausreichend Zeit für Familie, Freunde und Hobbys zu haben.

Auch das klassische Verständnis von Zusammenarbeit sollten Sie überdenken: Mit hierarchischen Strukturen und dem stumpfen Ausführen von Aufgaben nach Schema F locken Sie keinen mehr hinter dem Ofen hervor. Junge Salestalente möchten heute die Chance haben, ihr eigenes Talent zu entfalten, sich selbst einzubringen und eigenverantwortlich Prozesse zu gestalten und Projekte voranzutreiben. Auch Themen wie das zwischenmenschliche Miteinander spielen eine andere Rolle als früher: Die jungen Leute wissen, dass Sie auf ihr Talent und ihre Arbeitskraft angewiesen sind. Also treten Sie den Bewerbern gegenüber bitte mit dem nötigen Respekt auf! Wenn Sie erst nach Wochen auf Bewerbungsschreiben reagieren, die Kandidaten beim Termin unnötig lange warten lassen und von oben herab behandeln, brauchen Sie

Sein neues Buch „Limbeck. Vertriebsführung. Das Standardwerk für Sales Management“ ist im Gabal Verlag erschienen (ISBN 978-3-86936-931-0)

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 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. <https://www.limbeck-vertriebsfuehrung.de/>



Martin Limbeck

sich nicht zu wundern, wenn Sie nur die „Restposten“ abbekommen. Denken Sie daran: Sie müssen sich als Arbeitgeber verkaufen, nicht umgekehrt!

Wen suchen Sie eigentlich? „Doofe Frage, natürlich einen Verkäufer!“ werden Sie jetzt vielleicht denken. Doch Verkäufer ist nicht gleich Verkäufer. Welche Anforderungen setzen Sie für die zu besetzende Stelle voraus, welche Aufgaben wird der neue Mitarbeiter übernehmen? Je klarer Sie in der Personalauswahl Ihre Erwartungen an potenzielle neue Mitarbeiter formulieren, umso eher rekrutieren Sie auch die Leute, die fachlich und persönlich kompetent sind, viel Potenzial mitbringen und mit ihrer Persönlichkeit gut in Ihr Team passen. Gute Verkäufer und Vertriebsmitarbeiter kommen zu Ihnen, weil Sie sind, wie Sie sind, und weil das, was Sie tun, mit dem zusammenpasst, wie Sie sind.

Also: Wo drückt gerade der Schuh? Wie sieht Ihr idealer Berater aus? Und damit meine ich jetzt nicht nur so allgemeine Eigenschaften wie diszipliniert, fleißig oder abschlussorientiert. Brauchen Sie einen „Jäger“, der neue Kunden gewinnt? Oder eher einen „Sammler“, der den Kontakt zu Bestandskunden hält? Soll er Standardprodukte verkaufen oder eher beratungsintensive Produkte wie Altersvorsorgen oder Lebensversicherungen? Hier brauchen Sie eher einen Mitarbeiter, der talentiert darin ist, sich in sein Gegenüber einzufühlen und dem Kunden ein Gefühl von Vertrauen und Sicherheit zu geben. Und bitte: Geben Sie die Suche nach der eierlegenden Wollmilchsau auf. Natürlich gibt es ab und an echte Salescracks, die in allen Bereichen spitze sind. Auf lange Sicht fahren Sie jedoch besser damit, auf Mitarbeiter zu setzen, die jeweils absolute Experten auf einem Gebiet sind.

Dass Stellenanzeigen nicht mehr das Gelbe vom Ei sind, haben Sie sicher selbst bereits gemerkt. Ich kann Ihnen nur dazu raten, dort nach neuen Mitarbeitern zu suchen, wo diese auch unterwegs sind!

**Netzwerk:** Veröffentlichen Sie Ihr Gesuch auf Ihrer Website, Ihrem Xing- und LinkedIn-Profil, in entsprechenden Gruppen dort sowie auf weiteren Social-Media-Kanälen, auf denen Sie

präsent sind. Sprechen Sie auch mit Ihren Mitarbeitern – vielleicht kennt jemand einen Kollegen, der auf der Suche nach einer neuen Herausforderung ist und prima in Ihre Mannschaft passen würde.

**Job- und Branchenportale:** Stellen Sie Ihre Stellenbeschreibung auf die gängigen (regionalen) Job- und Branchenportale wie monster.de, jobs.de, linkedin.de, xing.com/jobs/, W&V und so weiter.

**Universitäten und Fachhochschulen:** Schicken Sie eine E-Mail an die entsprechende Stelle oder laden Sie Ihr Gesuch direkt im Uni-Stellenportal hoch. Zwar gibt es keine Ausbildung oder ein Studium zum Verkäufer im klassischen Sinne – doch mögliche Rohdiamanten finden Sie dort durchaus. Ziehen Sie auch Schulen in Betracht, die spezielle Weiterbildungen im Vertrieb anbieten, wie die Deutsche Verkäuferschule.

**Dienstleister:** Suchen Sie sich Unterstützung durch Dienstleister wie SalesRanger, die darauf spezialisiert sind, Verkäufer zu finden, die genau zu Ihren Vorstellungen und Anforderungen passen.

Kompetente und engagierte Vertriebsmitarbeiter mit Potenzial zu finden und langfristig an das eigene Unternehmen zu binden, wird nicht eben leichter. Doch wer weniger aus dem Bauch heraus entscheidet und stattdessen sein Recruiting systematisiert, wird garantiert schon bald gute Kandidaten an der Angel haben. Noch ein Tipp zum Schluss: Brechen Sie nichts übers Knie. Suchen Sie lieber nochmal eine Runde, anstatt sich mit einem Kandidaten zufriedenzugeben, der Sie bereits während des Bewerbungsprozesses nicht hundertprozentig überzeugt hat. Das ist weder für Sie noch für den neuen Mitarbeiter zielführend.

Autor Martin Limbeck ist Inhaber der Limbeck Group, Experte zum Thema Blended Learning und Entwicklung von Lernkonzepten für Unternehmen sowie Business-Speaker und Verkaufsspezialist.