



Der Branchentreff des Jahres

„Gute Verkäufer werden nicht geboren, gute Verkäufer werden gemacht!“

Er füllt riesige Säle, schreibt Bestseller um Bestseller und wurde 2012 zum „International Speaker of the Year“ gekürt: der deutsche Verkaufstrainer Martin Limbeck. AssCompact ist es gelungen, ihn als Top-Speaker für den AssCompact Trendtag am 19. September 2013 in der Pyramide in Wien/Vösendorf zu engagieren und bat Martin Limbeck zum Interview.

Interview mit **Martin Limbeck**, International Speaker of the Year 2012

AssCompact: Herr Limbeck, Sie werden als Verkaufstrainer mit Auszeichnungen überhäuft, sind u.a. International Speaker of the Year 2012. Was ist das Geheimnis Ihres Erfolgs?

Martin Limbeck: Hohe Motivation, Fleiß und klare Ziele.

AC: Sie sind für betont praxisorientierte Verkaufstrainings und plakative und provokante Statements bekannt. Was erwartet die Zuhörer beim AssCompact Trendtag 2013?

ML: Es gibt keine Objektivität im Verkauf. Die Teilnehmer des AssCompact Trendtags erwartet mein geballtes Praxisknow-how aus 30 Jahren Verkauf. Sie werden Anregungen bekommen, was die Topverkäufer auszeichnet und was sie von den Durchschnittsverkäufern unterscheidet. Was machen Topverkäufer anders, was sind die entscheidenden Faktoren für Erfolg im Verkauf?

AC: Ihr Credo ist die Persönlichkeit des Verkäufers. Was macht aus Ihrer Sicht einen guten Verkäufer aus? Welche Grundvoraussetzungen oder Talente muss er besitzen, um im Vertrieb erfolgreich zu sein? ▶

Anzeige

Sicher.Entspannt.Unterwegs



Unternehmen haften für ihre Mitarbeiter auf Dienstreisen.

Lassen Sie diese nicht im Regen stehen. Wir helfen Ihnen dabei.

Verlassen Sie sich auf uns!

Europäische

Reiseversicherung

Was würde eine unvorhergesehene Reiseänderung eines Mitarbeiters, der Verlust seines Reisegepäckes oder eine medizinische Behandlung für den geplanten Erfolg der Dienstreise bedeuten?

Mit der Corporate Travel Insurance (CTI) helfen wir nicht nur bei unangenehmen, erfolgsverhindernden Ereignissen, sondern auch bei Reiseunfällen oder Schadenersatzforderungen, sollten diese an das Unternehmen gestellt werden. Und wenn es notwendig ist, holen wir die Mitarbeiter zurück nach Österreich – egal wohin diese dienstlich geschickt wurden.

Wir sind Österreichs größtes Reiseversicherungsunternehmen. Im Notfall stellen wir unseren Kundinnen und Kunden das weltweit größte Hilfeleistungnetzwerk mit über 400.000 Stützpunkten zur Verfügung. Wir sind im Notfall 24 Stunden an 365 Tagen für Sie da.

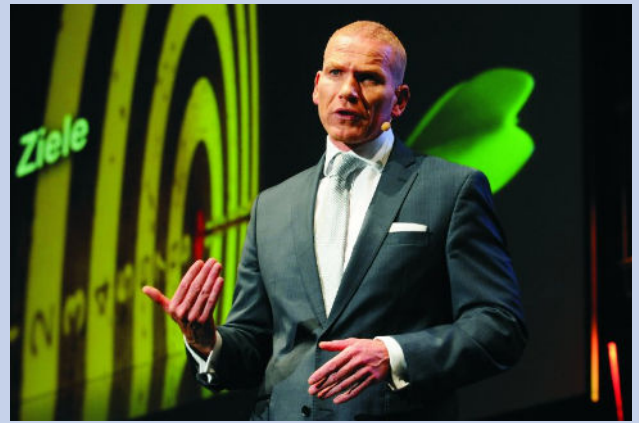
Informieren Sie sich unter www.europaeische.at

ML: Verkäufer werden nicht geboren, Verkäufer werden gemacht – durch hartes Training, durch Motivation. Ich mag diese ganzen Plattitüden und Vorurteile wie „Gute Verkäufer werden geboren“ oder „Gute Verkäufer sind extrovertiert“ nicht! Ich kenne extrem gute Finanzdienstleister, die sehr introvertiert sind und nur den Mund aufmachen, wenn sie etwas zu sagen haben. Verkäufer, die den Kunden sehr ruhig beraten, keineswegs „Poser“ sind und damit sehr, sehr erfolgreich sind. Ein Punkt ist sicherlich auch das Thema Disziplin. Spitzenverkäufer sind unwahrscheinlich wissensdurstig und lernfähig. Und sie sind Wettbewerbstypen. Ein guter Verkäufer will sich immer mit anderen Verkäufern messen, im Positiven, wie Fußballer in der deutschen Bundesliga oder Skifahrer im österreichischen Nationalteam.

„Ich mag diese ganzen Plattitüden und Vorurteile wie „Gute Verkäufer werden geboren“ oder „Gute Verkäufer sind extrovertiert“ nicht! Ich kenne extrem gute Finanzdienstleister, die sehr introvertiert sind und nur den Mund aufmachen, wenn sie etwas zu sagen haben.“

AC: Welche Rolle spielt da der Fleiß?

ML: Der Fleiß spielt auch eine große Rolle. Langfristig überholt der Fleißige immer das Talent oder den talentierten, schöngestigen Formulierungskünstler. Ich kenne Verbal-Legastheniker – wie ich sie liebevoll nenne, die megaerfolgreich sind, weil sie Ablehnung nicht



persönlich nehmen. Und das ist ein ganz wichtiger Faktor: Die guten Verkäufer nehmen die Ablehnung ihrer Kunden nicht persönlich, deswegen sind sie erfolgreicher als die anderen.

AC: Ihre Trainings sind auf erfolgreiche Abschlusstechniken und den entscheidenden Motivationsschub für ein ziel- und abschlussorientiertes Verkaufen ausgerichtet. Was sind die häufigsten Fehler, die den Abschluss verhindern?

ML: Überberatung – der Kunde hat schon längst genickt und der Verkäufer versucht immer noch, ihn vom Ziel wegzuhalten. Es werden mehr Verträge „verquatscht“ oder „überquatscht“ als abgeschlossen. Oder das Fehlen einer vernünftigen Beratungsanalyse. Es wird immer noch ein zu starker Produktverkauf praktiziert, der am Bedarf des Kunden vorbeigeht und nicht auf seine Bedürfnisse eingeht. Das sind die Hauptpunkte.



AC: *Eines der Ziele, das Sie in Ihren Trainings vermitteln, ist es, Kunden nicht nur zufriedenzustellen, sondern zu begeistern. Versicherungs- und Vorsorgeprodukte gelten aber nicht zwangsläufig als sexy. Schließt das eine das andere nicht aus?*

ML: Überhaupt nicht! Mein Finanzdienstleister ist jemand, der sich um alles rund um meine Finanzen kümmert. Er bereitet die Kündigung von Verträgen für mich vor, erledigt alle Schriftsätze für mich. Ich muss gar nichts mehr machen, außer ab und zu eine Versicherung wechseln. Ich weiß, dass er Millionen verdient. Ich bekomme von ihm jedenfalls immer Topleistung. Der hat den Markt für mich gesannt – ideal!

AC: *Also Dienstleistung als Service für den Kunden?*

ML: Genau. Serviceleistungen, für den Kunden da sein. Erreichbarkeit, Rückrufzuverlässigkeit, Schnelligkeit – das sind die Dinge, die heute extrem zählen.

AC: *Im Versicherungsvertrieb spielen langfristige Kundenbeziehungen eine wichtige Rolle. Wie erreicht man sie, wie pflegt man sie?*

ML: Genau so! Und durch Empfehlung. Indem ich Empfehlungsfragen stelle, binde ich meinen Kunden. Denn ein Kunde, der mich weiterempfiehlt, kann und wird nicht wechseln. Dann würde er sich ja dem anderen gegenüber lächerlich machen. Empfehlung ist nach wie vor eines der wichtigsten, einfachsten und aktiven Mittel – und wird trotzdem nach wie vor viel zu wenig von Verkäufern praktiziert.

Wichtig ist auch, nicht bei jedem Gespräch mit dem Kunden einen Verkaufsansatz zu haben. Ein Verkäufer muss seinen Kunden auch einfach mal so ansprechen und ihn fragen, ob bei ihm alles okay ist. Das sind Punkte, die Kunden heute schätzen und mögen.

Der Kunde von heute ist aufgeklärter und mündiger. Das gibt uns die Riesenchance, durch Kompetenz zu punkten.

AC: *Herr Limbeck, danke für das Gespräch!* ■

Vita

Martin Limbeck ist einer der meistgefragten Verkaufs-Experten im englisch- und deutschsprachigen Raum. Seit mehr als 20 Jahren begeistert er mit seinem Insider-Know-how und praxisnahen Strategien Mitarbeiter aus Management und Verkauf. Bis heute trat er bereits in mehr als 20 Ländern auf der ganzen Welt auf. Nicht nur in seinen provokativen und motivierenden Vorträgen, sondern auch in den umsetzungsorientierten Trainings steht das progressive Verkaufen in seiner Ganzheit im Mittelpunkt. Dies hat ihn in den letzten Jahren zu einem der effektivsten und wirksamsten Speaker und zum Trainer der Jahre 2008 und 2011 gemacht. Internationaler Deutscher Trainingspreis in Bronze 2006 und 2011, 5 Years Award in Bronze (BDVT) 2008, Conga Award 2009 und 2010, Lehrbeauftragter im Bereich Sales Management an der ESB Business School in Reutlingen, Dozent in der Führungskräfteweiterbildung der Universität St. Gallen, Certified Speaking Professional 2011 (CSP) und „International Speaker of the Year 2012“ – die Liste seiner Erfolge und Auszeichnungen ist lang. Sie zeigt: Martin Limbeck ist einer der erfolgreichsten und renommiertesten Business-Speaker und Verkaufs-Experten auf internationaler Ebene.

„Vertrieb auf höchstem Niveau“

Der Top Workshop mit

Martin Limbeck

International Speaker of the Year 2012



„Top-Verkäufer sind wissensdurstig und lernfähig“

19. September 2013

in der Pyramide Wien/Vösendorf.

Ihre Anmeldung bitte unter
www.asscompact.at



AssCompact
TRENDTAG 2013

Der Branchentreff des Jahres!