

ERFOLGREICHE PREMIERE VON **FOR SALE** IN GRAZ

INTERNATIONALE EXPERTEN BEGEISTERTEN DIE TEILNEHMER: **JOEY KELLY, DIRK KREUTER, ROGER RANKEL UND MARCEL REMUS**



Marcel Remus Dirk Kreuter Roger Rankel Joey Kelly

Am **14. APRIL 2016** konnten die Teilnehmer unserer Fachtagung **FOR SALE** im Messecongress Graz vom Wissen internationaler Experten zu den Themen Preisgespräche, Kundenbeziehungen, Neukundengewinnung, Umsatzsteigerung und Willenskraft profitieren. Der „Trainer des Jahres“ und „Speaker of the Year“ **DIRK KREUTER** referierte darüber, warum es bei Preisgesprächen nie ums Geld geht. Er empfahl, immer zuerst zu kommunizieren welchen Gegenwert die Dienstleistung oder das Produkt hat, bevor über den Preis gesprochen wird.

Auch der jüngste Luxusmakler Europas war in Graz. **MARCEL REMUS** wanderte mit 20 Jahren von Köln nach Mallorca aus, lernte dort das Immobiliengeschäft und machte sich mit 23 Jahren selbstständig. Schon nach wenigen Wochen verkaufte er eine Traumimmobilie für fast 10 Millionen Euro. Bekannt wurde Remus durch zahlreiche TV-Auftritte. 2015 wurde er mit dem „Bestseller Award“ ausgezeichnet.

Der führende Vertriebsexperte **ROGER RANKEL** forderte seine Zuhörer zum Umdenken und Handeln auf, wenn sie eine nachhaltige Umsatzsteigerung erzielen möchten. Der Musiker, Unternehmer und Extremsportler **JOEY KELLY** betonte eindrucksvoll die Kraft des Willens. Er ist selbst bestes Beispiel dafür, was man alles erreichen kann, denn für ihn scheint es keine Limits zu geben.

13. OKTOBER 2016: INTERNATIONALE TOP-SPEAKER IM **CASINEUM VELDEN**



Martin Limbeck

Der Bestseller-Autor („Warum keiner will, dass du nach oben kommst ...“, Redline 2014) zählt zu den erfolgreichsten Verkaufsexperten Europas. Tausende Verkäufer haben seine Seminare und Verkaufstrainings besucht, um Abschlüsse auf Augenhöhe zu trainieren und ihre Verkaufspower zu maximieren. Er vermittelt nicht nur die Technik des Verkaufens, sondern auch ein selbstbewusstes Standing des Verkäufers. Limbeck nennt fünf Erfolgsfaktoren, die im Verkauf von Bedeutung sind: Spaß, Optimismus, klare Ziele, der Wille zur Selbstentwicklung und Persönlichkeit. 2012 wurde er als „International Speaker of the Year“ ausgezeichnet.



Sabine Hübner

Die gebürtige Österreicherin gilt als „Serviceexpertin Nr. 1 in Deutschland“ (Pro 7). Seit Jahren spürt Sabine Hübner als Service-Trend-Scout die Kundenbedürfnisse von morgen auf. Sie beobachtet technologische, gesellschaftliche und wirtschaftliche Prozesse und überträgt diese auf die sich rasant wandelnden Serviceansprüche. Sie nimmt ihre Zuhörer mit auf eine spannende, humorvolle und professionelle Vortragsreise – gespickt mit neuen Aspekten rund um exzellenten Service der Zukunft. Und sie begeistert sie dafür, besondere Momente in der Begegnung mit dem Kunden zu zaubern. Schnell wird klar: Wer klug dient, dient am Ende immer sich selbst.



Andreas Buhr

Der Experte für Führung im Vertrieb ist mehrfach ausgezeichnete Speaker und erfolgreicher Unternehmer. Parallel zu seinem Studium zum Betriebswirt startete Andreas Buhr 1980 seine Karriere in der Finanzdienstleistungsbranche. Er zählte bereits mit 28 Jahren zur Spitze einer der größten Vertriebsorganisationen in Europa. Nach 25 Jahren verantwortete Andreas Buhr einen Bestand von ca. 280.000 Kunden und insgesamt drei Milliarden Euro Umsatz mit mehr als 1.000 Mitarbeitern im Außendienst. Neben seiner Unternehmertätigkeit tritt er regelmäßig als Referent rund um den Themenbereich Führung und Vertrieb auf.



Leo Hillinger

Das Weingut Hillinger zählt zu den größten Weinproduzenten im Topqualitätssegment in Österreich. Leo Hillinger wurde als erster Winzer von der renommierten Unternehmensberatung Ernst & Young zum „Entrepreneur of the Year“ ausgezeichnet. Bereits als Kind entwickelte er ein tiefes Interesse für die Vorgänge im großväterlichen Weingarten. Immer wieder verließ er traditionelle Wege zugunsten kreativer Innovationen. Hillinger ist ein Unternehmer mit Herzblut, der es versteht, in seinen Vorträgen die Menschen mit seinem Know-how zu motivieren und zu begeistern.

Sales-Experte **MARTIN LIMBECK** im medianet-Gespräch über das neue Hardselling, Top-Verkäufer und Strategien, die Akquisition und Abschlusssicherheit erhöhen.

ERST SCHAUFFELN, DANN SCHEFFELN!

Klar, direkt und ein wenig provokant – so könnte man Martin Limbeck und seinen Verkaufs- und Vortragsstil beschreiben. Ein „Nein“ ist für den Vertriebsexperten kein Hindernis, sondern viel eher ein Ansporn, der so viel bedeutet wie „Noch Ein Impuls Nötig“. Zum Verkauf kam Limbeck „relativ einfach“, nachdem es mit der Schule nicht ganz geklappt hat: „Schule und ich hatten nicht viel gemeinsam, deswegen war ich eher fertig damit als andere Kinder“, scherzt Limbeck, der seinen Karrierestart, wie

er sagt, einem Auslandsaufenthalt in den USA zu verdanken hat, der dazu dienen sollte, sein „miserables Englisch“ aufzubessern. „Das war sicherlich ein Fundament meiner Karriere. Dort habe ich die absolute Attitude gelernt, das Reziprozitätsgesetz – „erst schaufeln, dann scheffeln.“

Heute würden die meisten Menschen es eher umgekehrt machen wollen: erst scheffeln, dann schaufeln, kritisiert Limbeck, der nach seinem USA-Aufenthalt eine Lehre

als Einzelhandelskaufmann absolvierte und danach direkt in den Verkauf ging. Zum Ruhm und Erfolg führt kein Weg am Fleiß vorbei. Sein Leitsatz: „Langfristig überholt der Fleißige immer das Talent.“ Soll heißen: „Wenn du beides zusammenbringst, ein Grundtalent und den Fleiß, kannst du's nicht verhindern, erfolgreich zu werden.“ Mit medianet sprach der Verkaufsprofi u. a. über Verkaufstaktiken und Strategien, die die Akquisition erhöhen.

„WENN DU BEIDES ZUSAMMENBRINGST, EIN GRUNDTALENT UND DEN FLEISS, KANNST DU'S NICHT VERHINDERN, ERFOLGREICH ZU WERDEN.“

Was bedeutet das neue Hardselling?

Martin Limbeck: Das bedeutet, der Kunde weiß, wenn Sie heute zur Tür kommen oder ihn akquirieren, dass Sie nur ein Ziel haben: Sie wollen ihn als Kunden gewinnen. Also laßer nicht drum rum, sag ihm ‚Guten Tag, ich bin Verkäufer, ich will Ihnen was verkaufen‘ – das ist ehrlich und gradlinig.

Und das alte Hardselling?

Limbeck: Beim alten Hardselling aus den 60ern hieß es: anhauen, umhauen, abhauen. Das Motto dieser Verkäufer war es, den Kunden über den Tisch zu ziehen; die dabei entstandene Reibungswärme sollte der Kunde als Nestwärme empfinden. Das hat nie funktioniert und wird auch nie funktionieren. Dann hatte man die 80er-Jahre, dort hieß es, der Kunde ist König, solange er sich als König verhält; Verkäufer in dieser Zeit waren mehr die Bücklinge, die nicht auf Augenhöhe verhandelt haben.

Wie denken Top-Verkäufer heute?

Limbeck: Absolut positiv. Sie haben sehr viel Disziplin, Fleiß und große Ziele im Kopf. Sie wollen immer mehr als der Durchschnitt. Was zeichnet sie aus? Dass sie immer davon ausgehen, wenn sie in ein Gespräch gehen, den Kunden am Ende für sich gewonnen haben, egal was dabei rauskommt.

Und wie kann die Abschlusssicherheit erhöht werden und welche Strategien empfehlen Sie für die Akquisition?

Limbeck: Also erstmal muss ich an mein Produkt, meine Dienstleistung und mich persönlich absolut glauben. Nur dann werde ich auch den Zug zum Tor suchen. Bei der Strategie kommt es ganz klar auf den Kanal an. Generell gilt: alle Kanäle zu testen und zu schauen, welche für mich die richtigen Kanäle sind. Wenn ich natürlich ein Online-Anbieter bin, muss ich gut positioniert sein, muss ich eine verkaufsaakzeptable oder nichtverkaufsaakzeptable, eine gute Verkaufsart im Internet haben. Wenn ich Door-to-Door-Geschäft mache, brauche ich einen pffiffigen Einstieg an der Tür. Wenn ich Telefon-Akquisition mache, muss ich zu den richtigen Entscheidern durchkommen. Empfehlungsmarketing war schon immer die Königsklasse. Auch soziale Netze und Netzwerken kann das Richtige sein. Um bei meinem Beispiel zu bleiben: Meine Dienstleistung ist das Training; wir haben blended learning, wir haben eine Online-Akademie und ich habe 100.000 Follower in allen Social Media-Kanälen und trotzdem telefonieren und akquirieren wir alle in meinem Unternehmen noch täglich per Telefon, auf Messen und mit der Empfehlungsfrage bei unseren Kunden und Teilnehmern.