

Die richtige Einstellung für das Erstgespräch

„Nicht gekauft hat er schon“ – alles, was ein Verkäufer erreichen kann, ist besser als das stillschweigend vorausgesetzte Nein des Kunden – davon ist Martin Limbeck, der Hardselling-Experte im deutschsprachigen Raum, überzeugt: „Arbeiten Sie an Ihrer Einstellung, denn diese entscheidet über Misserfolg oder Erfolg. Es liegt in Ihrer Hand“. Wie genau, das verrät der Kopf des Martin Limbeck Trainings® Teams, der auch als Trainer, Autor und Lehrbeauftragter tätig ist, in seinem Bericht.



Fangen Sie bei Null an!

Bei meinem ersten Verkäufer-Job kam ich gerade von der Schulung zurück. Am nächsten Tag sollte es losgehen. Ich scharrte schon mit den Hufen. Das Fachwissen über Kopierer und Faxgeräte hatte ich jetzt. Nun sollte es an die Kunden gehen. Ich übernahm das Gebiet eines der „alten Hasen“ in der Firma. Ich war froh, dass er mir seine Karteikästen mit allen Kundendaten überlassen hatte. Alles war akkurat und sorgfältig geordnet. Die Roten waren aktuelle Kunden. Die Grünen waren nach Jahr geordnet, die Gelben nach Umsatz. Es ging doch nichts über eine gute Organisation.

Dann begann ich zu lesen. Auf dem ersten Kärtchen stand: „Der Kunde Müller ist ein versoffener Penner und total unzuverlässig.“ Auf dem zweiten: „Der Kunde Meier ist ein verkniffener Geizkragen mit Mundgeruch.“ Auf dem dritten: „Der Kunde Schulze hat ein Verhältnis mit seiner Sekretärin und ist

ein herablassender Napoleon. Besuch sinnlos.“ Und so ging das in einem fort. Karteikärtchen für Karteikärtchen nur unangenehme Kundschaft. Konnte es sein, dass ich nur Niete, Spinner und Kotzbrocken als Kunden haben sollte? Oder war mein Vorgänger die Niete, der Spinner und der Kotzbrocken? Was für ein furchtbarer Job. Was für ein katastrophales Verkaufsgebiet. Was für eine grauenhafte Branche! Vollkommen deprimiert saß ich am Schreibtisch. Mein Chef kam vorbei, sah den Trauerkloß mit den Karteikästen und sagte: „Limbeck, stehense auf. Nehmense die beiden Kästen und kommense mit.“ Er schob mich zum Aufzug: „Drückense auf K.“ Was wollte der bloß im Keller mit mir? Er steuerte auf die großen silbernen Mülltonnen zu: „Aufmachen, Limbeck!“ Sollte das eine bizarre Disziplinierungsmaßnahme sein? „Und jetzt Limbeck, schmeißense die Karteikästen rein und machense den Deckel wieder zu.“ Ehrlich? „Ehrlich! Sehense Limbeck,

jetzt habense die Birne frei. Jetzt fangense bei Null an. Jetzt schreiben SIE die Kärtchen.“

Halten Sie sich an Fakten!

Bei Null anzufangen – das war das Beste, was mir passieren konnte. Ab jetzt gab es nur noch Kaltakquise. Frei von den Vorurteilen, Wertungen und Meinungen meines Vorgängers. Nur weil er nicht mit einem Kunden klarkam, hieß das doch noch lange nicht, dass ich es auch nicht konnte. Jede persönliche Information von einem Menschen über einen anderen ist immer subjektiv wertend. Halten Sie sich lieber an die Fakten. Und auch die sollten Sie besser selbst überprüft haben.

Was können Sie für Ihren Kunden tun?

Für einen guten Verkäufer geht es natürlich auch ums Geld. Alles andere ist gelogen. Wer sich aber beim Verkaufen zu sehr aufs Geld konzentriert, der wird auf der Strecke bleiben oder übers Ziel hinauschießen. Ein Top-Verkäufer hat nicht das Ziel, herauszufinden, was und wie viel er vom Kunden bekommen kann. Ein Top-Verkäufer will von sich wissen, was er dem Kunden geben kann.

Ob ich nun einem Kunden einen Vortrag oder gleich 20 Tage Training verkaufe, ist dasselbe. Es ist dieselbe Freude, dieselbe Ernsthaftigkeit, dieselbe Vorbereitung und derselbe Aufwand. Es gibt kein Verkaufsgespräch „light“. Es gibt nur ein schlechtes oder ein gutes. Haben Sie den Kunden überzeugt, dann kommt das Geld von ganz allein. Ohne Krampf und ohne Tricks. Und wenn Sie ihm eine gute Lösung verkauft haben, dann kauft er wieder. Und wieder.

Lieben Sie, was Sie verkaufen!

Es ist völlig normal, dass sich die Balance bei den fünf wichtigsten Dingen im Laufe der Zeit ändert. Mit neunzehn wollte ich bloß reich werden. Ich geb's ja zu! Heute bin ich Mitte vierzig. Jetzt sind mir auch andere Dinge wichtig. Meine Balance

So meistern Sie Ihr Erstgespräch

1. Löschen Sie Ihre Vorurteile!

Jede persönliche Information von einem Menschen über einen anderen ist immer subjektiv. Machen Sie sich ein eigenes Bild von Ihrem Kunden. Vertrauen Sie sich selbst!

2. Denken Sie in erster Linie an Ihren Kunden!

Mit der richtigen Lösung im Sinne Ihres Kunden kommt sein Vertrauen von ganz allein!

3. Lieben Sie Ihr Produkt!

Sie können nur überzeugend sein, wenn Sie selbst überzeugt sind!

hat sich mehr in Richtung Gesundheit und Familie verändert. Und das konnte ich nur deshalb so entspannt tun, weil mir das Geld, das ich verdiene, die Freiheit dazu gibt. Aber der Jagdinstinkt, der Motor des Verkäufers hat sich nicht geändert. Es ist eben heute nur leichter, mal einen Auftrag zugunsten der eigenen seelischen Hygiene abzusagen oder an einen Kollegen weiterzugeben.

Dennoch muss ein Verkäufer überzeugt von seinem Produkt sein. Er muss es gut finden, er muss es mögen, er muss es sogar lieben. Nur so kann er überzeugend vertreten, warum es dem Kunden einen Vorteil bringt.

Diese Denke ist absolut unverzichtbar. Sorgen Sie dafür, dass Sie den Respekt des Kunden verdient haben. Denken Sie niemals: Wenn ich den heute noch rumkriege, habe ich am Ende einen guten Monatsumsatz. Das wird auf Dauer immer schief gehen – und hat mit Respekt und Selbstwertgefühl nichts zu tun.

