

Ehrlichkeit, Spaß und sympathische Hartnäckigkeit

DIE WICHTIGSTEN PRINZIPIEN DES VERKAUFENS

Autor: Martin Limbeck
Hardselling-Experte

Martin Limbeck
Nicht gekauft hat er schon,
So denken Top-Verkäufer



Mehr Infos über
Martin Limbeck finden Sie auf:
www.martinlimbeck.de

Wenn der frisch gebackene Versicherungsnehmer den freundlichen Versicherungsvertreter zur Tür begleitet, wenn er sie hinter ihm schließt, sich am Kopf kratzt und sich fragt, warum er jetzt so unsicher ist, ob er bei der Glasversicherung in der neuen Hausratversicherung nicht doch ein wenig mehr Widerstand hätte an den Tag legen sollen und ob er jetzt nicht doch ein wenig überversichert ist, dann ist mal wieder ein ungeschriebenes Gesetz gebrochen worden.

Verkäufer müssen ein für allemal begreifen, dass sie erstens nicht dazu da sind, dem Kunden sein Geld wegzunehmen und dass sie zweitens nicht die Aufgabe haben, ihn zu betreuen. Weder hauen sie ihn übers Ohr, noch halten sie sein Händchen. Gute Verkäufer sind nicht Betrüger von Beruf und sie haben auch keine Mission zur Kundenbeistandschaft.

Eine Beziehung auf Augenhöhe: Gerechtigkeit und Gegenseitigkeit als Basis des Erfolgs

Was also tun sie stattdessen? Sie bieten einen Deal an, einen Vertrag auf Gegenseitigkeit. Do ut des, wie der Lateiner sagt: Ich gebe, damit du gibst.

Spitzenverkäufer geben und nehmen, der Kunde nimmt und gibt. Beide müssen auf freiwilliger Basis etwas beitragen, beide haben etwas davon.

Das ist eine offene, transparente, faire, gerechte Sache, die auf eine langfristige Festigung der Beziehung angelegt ist. Gegenseitigkeit ist ein uraltes Prinzip, das nicht nur eine Rechtsformel für gegenseitige Verträge, sondern ein Grundsatz für jede soziale Gemeinschaft ist, die länger als einen halben Tag Bestand haben soll: Es ist das Reziprozitätsprinzip.

Ich und Du, wir geben uns darauf die Hand, wir machen einen Handel. Und wir machen ihn so, dass wir uns beim nächsten Treffen wieder in die Augen schauen können.

Gerechtigkeit und Gegenseitigkeit sind die Basis unserer Kultur. Offenstehende Verpflichtungen empfinden wir als Belastung. Etwas schuldig geblieben zu sein, den anderen über den Tisch gezogen zu haben, ist ein unangenehm kaltes Gefühl. Auch wenn die Reibung zwischen seinem Hemd und der Tischplatte dabei ein wenig Wärme erzeugt. Verkaufen ist eine Gewissenssache.

Hoffnung ist aufgeschobene Enttäuschung – Die positive Einstellung entscheidet

Was nehmen Sie zu ihm mit, wenn Sie zum Kunden gehen? Ja, natürlich Ihr Fachwissen. Logisch, das ist das Fundament, auf das Sie bauen können. Und Ihre Verkaufsunterlagen. Und Ihr Wissen über den Kunden, von A wie Aufgabengebiet bis Z wie Zigarettenmarke. Und ein Outfit, das Sie als Verkäufer verkauft, der ernst genommen wird. Und eine positive Einstellung, die Entschlossenheit auf einen Abschluss. Wichtig dabei ist: Sie hoffen nicht. Sie sind entschlossen! Wenn ein Top-Verkäufer etwas verkauft,

2007

Start der Ritter - BEST OF - Reihe, zudem Start der Entwicklungstage auf der Zugspitze

ist er geradeheraus. Hoffnung ist aufgeschobene Enttäuschung.

Die Form von Optimismus, die Sie zum Kunden mitnehmen, ist freudige Entschlossenheit. Der Fokus auf das Verkaufen, auf das Ergebnis, auf den Abschluss. Wenn Sie davon überzeugt sind, dass es gut ist für den Kunden, bei Ihnen zu kaufen, dann wollen Sie um alles in der Welt einen Abschluss, und Sie tun voller Freude alles dafür, was nötig ist, um diesen Abschluss zu machen.

Die typischen Verkaufsmannschaften in Unternehmen sind lebende Leichen mit gefrorenen Gesichtern und zaghafter Körpersprache. Bei Ihnen herrscht regelmäßig Beerdigungsstimmung, aber viel zu selten Spaß. Gerade aus der Ernsthaftigkeit entspringt Freude. Verkaufen ist kein Spielplatz, sondern das solide Fundament einer Existenz. Verkaufen ist nicht kühl, technisch, mechanisch, sondern hoch emotional und leidenschaftlich.

Langfristig schlägt der Fleißige das Talent

Den geborenen Verkäufer gibt es nicht. Es gibt auch keinen geborenen Straßenkehrer, Finanzbeamten oder Profisportler. Jeder gute Verkäufer hat sich den Sinn und Zweck gesucht und selbst gegeben. Wer eine leidenschaftliche Einstellung zu seiner Aufgabe haben will, der kann sich einfach dazu entschließen.

Die meisten Verkaufsgespräche erfüllen aber leider den Tatbestand der Körperverletzung. Lustloses technisches Blabla, Abspulen von auswendig gelernten Verkaufstrainerphrasen, ernsttrauriges Dienern und Buckeln vor

dem König Kunde – das alles hat beim Verkaufen nichts zu suchen. Das alles ist weder erfolgreich noch aufrichtig.

Verkaufen muss begeistern. Der Kunde muss Spaß mit Ihnen als Verkäufer haben. Und Sie selbst müssen mindestens genauso viel Spaß haben! Verkaufen ist eine emotionale Sache. Der Verstand findet hinterher immer eine passende Begründung für die Entscheidung unserer Gefühle. Emotion siegt immer über die Ratio. Vergessen Sie alle Ihre sorgfältigen Argumentationsketten, wenn Sie keinen Spaß daran haben!

Wenn Sie sich dafür entschieden haben, beim Verkaufen Spaß zu haben, dann gewinnen Sie so oder so, egal wie das Spiel läuft. Dann treten Sie schon vornherein als Sieger auf. Und das ist ein echtes Mysterium: Kunden kaufen nur von Siegern – starker Titel, starkes Buch, starke These von Autor Hans Christian Altmann.

Sie sind nicht der Piranha im Amazonas

Eine Luftblase, mit der Kunden geschröpft werden, überteuerte oder mangelhafte Produkte, das sollen ehrliche Verkäufer nicht verkaufen. Da liegt dann die Größe im Verzicht. Das ist der erste Punkt. Der zweite: Wenn Ihnen Menschen gegenüber sitzen, die Sie bewusst nicht verstehen wollen, die Freude daran haben, Sie auflaufen zu lassen und ihre vermeintliche Macht als Kunde Ihnen gegenüber ausspielen wollen: Steigen Sie aus! Und drittens: Gehen Sie nur dann verkaufen, wenn Sie mit sich selbst im Reinen sind. Verkaufen Sie nur etwas, hinter dem Sie stehen. Ich muss mich mit dem Produkt, mit dem Kunden

und mit mir selbst identifizieren können. Produkt, Kunde, selbst. Erstens, zweitens, drittens.

Wie gut ein Verkäufer ist, das sehen Sie nicht am kurzfristigen Umsatz, sondern an der langfristigen Rentabilität, am Ergebnis. Einen guten Verkäufer erkennen Sie, wenn Sie mit seinem langjährigen Kunden an der Hotelbar sitzen, und der voller Respekt von ihm spricht.

Dass dabei über die Jahre sehr viel Geld umgesetzt worden ist, ist selbstverständlich. Verkaufen ist auf Nachhaltigkeit angelegt: Langfristige Zusammenarbeit mit dem Kunden auf Augenhöhe. Stetiges Geben und Nehmen im ausbalancierten Verhältnis.

Gute Verkäufer lügen nicht

Keiner behauptet, dass Sie alles sagen sollen, was wahr ist. Aber alles, was Sie sagen, sollte wahr sein. Sie brauchen also nicht so unhöflich sein und Ihrem Kunden ins Gesicht sagen, dass seine Krawatte ein ästhetisches Kapitalverbrechen ist, nur weil es wahr ist! Wenn Sie aber dem Kunden Honig ums Maul schmieren, um Umsatz zu machen, prostituieren Sie sich. Verkäufer mit einer gewissen Wesensfestigkeit tun so etwas nicht.

Wenn für Sie nur Ihr Umsatz zählt und die Gier Sie dazu treibt, nicht das Beste für Ihren Kunden, sondern das Beste für sich selbst zu wollen, dann hat der Dämon des Geldes Macht über Sie.

Aber dann müssen Sie wissen, dass die Sache für Sie am Ende nicht gut ausgeht. Das Gesetz des Universums lautet: Was du gibst, kommt zu dir zurück. Wer nur nimmt und nie gibt, wird nie erfolgreich sein.

Martin Limbeck ist der Hardselling-Experte im deutschsprachigen Raum. Seit mehr als 18 Jahren begeistert er mit seinem Insider-Know-how und praxisnahen Strategien Mitarbeiter aus Management und Verkauf. 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 wirkksamsten Speaker und Trainer gemacht.

2008

„Die Entwicklung Ihres Unternehmens“ erscheint, zudem erstes Praxistraining zum „Unternehmer in der Assekuranz (IHK)“

