

EIN INTERVIEW MIT... MARTIN LIMBECK

Zunächst einmal, lieber Herr Limbeck, vielen Dank, dass Sie sich die Zeit für dieses Interview nehmen. Mir ist durchaus bewusst, wie beschäftigt Sie sind.

Sie sind u.a. Autor der sehr erfolgreichen Bücher „Nicht gekauft hat er schon“ und „Das neue Hard-selling“. Zudem sind Sie nicht nur in Deutschland einer der gefragtesten Verkaufstrainer. Ich selber habe mich, nachdem ich meine Praxis eröffnet hatte, mit Ihren Büchern auseinandergesetzt. Die entsprechenden Hörbücher waren im Auto meine ständige Begleitung. Beim Lesen bzw. Hören hatte ich ein Aha-Erlebnis nach dem anderen. Dazu kommt noch ein weiterer Punkt: die Motivation, die durch Sie vermittelt wird.

Einige unserer Leser mag es durchaus überraschen, ein Interview mit einem Verkaufsprofi wie Ihnen in unserem Heft zu finden. Der Bezug zu dem, was wir als Tiertherapeuten machen und Ihrem speziellen Fachgebiet ist nicht sofort ersichtlich. Jedoch ist es ja so, dass auch Tierheilpraktiker Verkaufsgespräche führen. Die meisten von uns haben, neben der eigentlichen Patientenbehandlung, auch noch den ein oder anderen Verkaufsbereich. Hier gilt es häufig Kunden vom Nutzen der einzelnen Produkte zu überzeugen. Zudem sollte auch ein THP die Kunst der Einwandbehandlung beherrschen.

Wie kam der Schritt vom Verkäufer zum Verkaufstrainer?

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.

In meiner ersten Karriere in der Kopierer-Branche wurden wir sehr intensiv geschult. Rückblickend kann ich heute sagen, dass das der beste Teil meiner Ausbildung war – und ausschlaggebend für meinen weiteren Werdegang. Ich bekam dort im Schnitt 28 Tage Training im Jahr. So entdeckte ich den Weiterbildungsmarkt. Als ich etwas Neues machen wollte, gab es für mich drei Möglichkeiten: als Immobilienmakler zu arbeiten, einen eigenen Kopiererladen zu eröffnen oder Trainer zu werden und meine Erfahrungen aus der Praxis für die Praxis weiterzugeben. Schließlich wurde ich Trainer in einem namenhaften Trainingsinstitut. Der Rest ist Geschichte.

Ihr Verhältnis zu Tieren?

Ich bin sehr naturverbunden und entspanne gerne beim Angeln. Aber mir geht es nicht um die Beute. Wenn die Fische unverletzt sind, setze ich sie wieder ins Wasser. Mein großer Traum ist es, wenn ich einmal wieder mehr Zeit habe, einen schokobraunen Labrador zu besitzen und mit ihm durch dick und dünn zu gehen.

Viele Therapeuten, gerade diejenigen, die neu im Geschäft sind, haben oft ein Problem damit, Geld zu verlangen oder einen Preis zu nennen. Woran liegt das Ihrer Meinung nach?

Ich bin streng katholisch erzogen worden. In der Bibel steht geschrieben: Geben ist seliger als nehmen. Das nehmen viele zu wörtlich. Denn geben kann ich erst, wenn ich auch Nehmerqualität habe und es mir erlaube, auch

gutes Geld zu verdienen. Wenn ich von meiner Dienstleitung, meinem Produkt, meiner therapeutischen Leistung überzeugt bin, dann habe ich auch das Recht, einen angemessenen Preis dafür zu verlangen. Das ist mein Glaubenssatz. Mir hat es immer geholfen, die Situation aufzulösen, indem ich mir die Frage gestellt habe: „Wie viel bin ich wert?“. Das entscheidet alleine der Markt. Wenn das Wartezimmer Ihrer Praxis überquillt und die Termine lange im Voraus vergeben sind, ist es auch gerechtfertigt, die Preise nach oben anzupassen.

Unsere Kunden, die Tierhalter, haben meistens einen sehr engen Bezug zu ihren Tieren. Wie kann man diese emotionale Bindung im Verkaufsgespräch nutzen?

Genau wie Sie es sagen: Die Emotionalisierung ist ein wichtiger Faktor im Verkaufsgespräch. Da Frauchen und Herrchen an ihren Tieren hängen und sie als Familienmitglieder sehen, sollten Sie als Tiertherapeut oder Tierheilpraktiker darauf eingehen. Wenn Sie selbst zum Arzt gehen und der Ihnen sagt, dass Sie bestimmte Medikamente nehmen sollen, damit es Ihnen wieder besser geht, was tun Sie dann? Ihre Reaktion steht und fällt damit, auf welcher Ebene der Arzt Sie anspricht. Erreicht er Sie auch emotional, werden Sie sicher nicht nur das eine Medikament nehmen, sondern auch die weiteren Mittel, die er Ihnen ans Herz legt. In Bezug auf die Tiere Ihrer Kunden sollten Sie ähnlich emotional argumentieren, etwa mit Worten wie: „Damit

Buchtipps: „Nicht gekauft hat er schon – so denken Top-Verkäufer“

Martin Limbeck bricht ein Tabu: Über Erfolg spricht man nicht. Doch Martin Limbeck ist anders. Er ist stolz auf seinen Weg vom Jungverkäufer zum gefeierten Vertriebsspezialisten. Als Trainer und Speaker gehört »der neue Hardseller« heute zu den Top-Acts der Szene. Durch Cleverness, Mut, Ehrlichkeit und eiserne Disziplin hat er in wenigen Jahren erreicht, wozu andere Jahrzehnte brauchen.



Und so wie er sein Wissen als Trainer und Referent teilt, so teilt er in diesem Buch die Geheimnisse seines Wegs an die Spitze. Dämpfer und Nackenschläge machen härter, Triumphe und Spitzenleistungen spornen an. Aus Niederlagen Chancen, aus Chancen Erfolge machen und dabei stets Mensch bleiben: Martin Limbeck weiß, wie es geht und er spricht darüber. Ein Mann wird zur Marke: markig, markant, Martin Limbeck. Bestseller in Manager Magazin, Handelsblatt, Computerwoche, Wirtschaftsblatt und Impulse.

Redline Verlag, Neuauflage 2013, ISBN 978-3-86881-490-3
208 Seiten, 19,99 Euro

Ihr kleiner Liebling bald wieder fit ist, geben Sie ihm unbedingt dieses Medikament. Und es würde ihm sicher auch gut tun, wenn Sie ihm zusätzlich noch Medikament xy geben würden.“ So funktioniert Cross-Selling: erst Produkt A verkaufen, dann Produkt B nachverkaufen. Dabei steht das Wohlergehen des Tieres natürlich immer an erster Stelle.

Also ist es ratsam, wenn ich zusätzlich zum Verkauf von hochwertigem Tierfutter nach der Beratung noch ein Präparat zum Aufbau der Darmflora anbiete, um dem Tier bei der Futterumstellung zu helfen. Entscheidend dafür, dass ich ein Produkt auch sicher und selbstbewusst anbieten kann, ist ja, dass ich hinter diesem Produkt stehe. Wie ist Ihre Strategie, dies zu erreichen?

Es gibt Verkaufstrainer, die behaupten, gute Verkäufer können alles verkaufen. Ich bin da anderer Meinung. Wenn Sie ein ehrliches Interesse daran haben, dass beide Seiten von dem Kauf profitieren, dann haben Sie auch die Einstellung, nicht jedem Kunden alles verkaufen zu müssen. Gerade in der Medizin- und Heilpraktikerbranche von Tieren geht es um das Wichtigste, die Gesundheit. Sorgen Sie dafür, dass Sie ein Bandbreite an Alternativprodukten haben und schnüren Sie individuelle Pakete, die Sie dem Kunden ans Herz legen. Diese können sich sowohl in der Quantität als auch in der Wirkung unterscheiden. So bieten Sie Ihrem Kunden immer die für sein Tier beste Lösung und lassen ihm die Freiheit, selbst zu entscheiden. Natürlich sollten Sie immer eine Empfehlung aussprechen und dafür überzeugende Argumente parat haben. Das macht eine

gute Bedarfsanalyse an, die Sie auch als Tierarzt und Tierheilpraktiker im Vorfeld zu jedem Verkaufsgespräch durchführen müssen.

Einige denken ja doch, dass ein Tiertherapeut das richtige Verkaufen nicht lernen muss. Oft wird vergessen, dass jedes Gespräch mit einem Patientenhalter im Prinzip auch ein Verkaufsgespräch ist. Immerhin muss ich mich auch verkaufen. Was glauben Sie, können gerade wir in unserem speziellen Bereich z.B. vom neuen Hardselling lernen? Auf welche Punkte sollten wir im Besonderen unser Augenmerk richten?

Alles ist verkaufen. Wenn Sie etwa einen potenziellen Partner kennenlernen, ist das auch nur ein Verkaufsgespräch. Sie fallen ja nicht mit der Tür ins Haus und sagen „Hör mal Schätzchen, ich sag dir erst mal meine negativen Eigenschaften.“ Natürlich zeigen Sie sich von Ihrer besten Seite. Das ist nichts anderes als verkaufen. Wer Kinder hat, erlebt tagtäglich die besten Verkaufsgespräche. Mit höflicher Hartnäckigkeit bleiben die Kleinen dran, wenn sie etwas wollen. Und seien wir mal ehrlich, die Chance, dass sich diese Hartnäckigkeit auszahlt, ist verdammt hoch.

Wichtig ist, dass Sie eine gute Bedarfsanalyse machen, den Kunden genau dort abholen und ihm das Gefühl geben, dass Sie aktiv hinhören und ihn verstehen. Kommunizieren Sie mit dem Kunden auf Augenhöhe – nicht von oben herab, wie es manche Götter in Weiß gerne tun. Ein guter Therapeut ist immer auch ein Berater. Der Verkäufer wiederum weiß, dass er beraten muss, um zu verkaufen. Verkaufen ist eine emotionale Angelegenheit, denn der Verstand findet hinterher immer eine passende Begründung für die Entscheidung, die wir auf Grund von Gefühlen getroffen haben. Emotion siegt immer über Ratio. Appellieren Sie daher nicht an den Verstand, sondern an die Gefühle Ihres Kunden für sein Tier.

Ich danke Ihnen für das Gespräch, und möchte unseren Lesern Ihre Bücher, Hörbücher und Videos ans Herz legen. ■

Frank Wegerhoff [THP]
fwegerhoff@t-online.de



Mehr Infos auf www.martinlimbeck.de.

Martin Limbeck auf Youtube: <http://www.youtube.com/user/hardseller?feature=watch>

