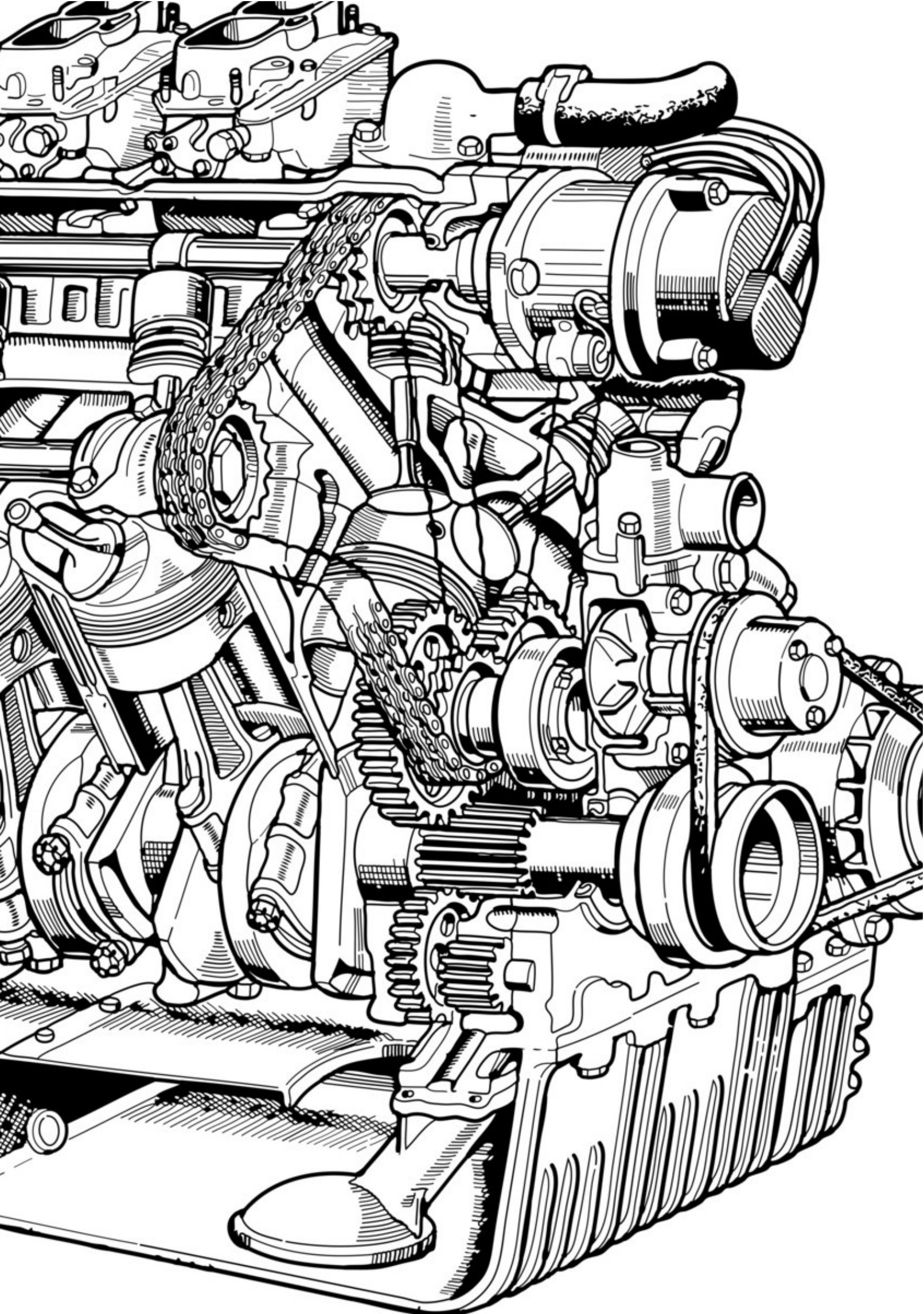


ZUKUNFT-TRAINING

MARTIN LIMBECK



DER TRAINER, SEINE AUFTRAGSLAGE ■ UND SEIN VERTRIEBSMOTOR ■

So funktioniert erfolgreicher Vertrieb in der Weiterbildung

„Akquise? Mache ich nicht. Habe ich noch nie gemacht. Die Nachfrage nach meinen Seminaren ist so groß, ich komme ja jetzt schon kaum hinterher.“ Sätze wie diese sind gefährlich. Denn plötzlich ändert sich dieser Zustand. Dann haben die Wettbewerber Dir plötzlich den Auftrag vor der Nase weggeschnappt. Ganz blöd, wenn’s ein größerer Auftrag war, der vielleicht sogar Folgegeschäft mit sich gebracht hätte.



von Martin Limbeck

Auch wenn viele Trainer, Berater und Redner immer noch behaupten, sie bräuchten keinen aktiven Vertrieb – dieser Luxus kann sich schnell ins Gegenteil verkehren. Der Markt wird immer dichter; andere Anbieter besetzen das Thema, mit dem Du seit Jahren erfolgreich alleine unterwegs warst. Newcomer entern den Markt mit deutlich niedrigeren Tagessätzen und wirbeln das Niveau der marktüblichen Preise durcheinander. Daran gewöhnen sich die Kunden schneller als uns lieb ist. Oft sind diese Newcomer Anbieter, die nicht das Niveau eines professionellen Trainers oder Redners haben,

doch das merkt der Kunde meistens nicht. Sie preschen mit ihren Low-Budget-Angeboten in den Weiterbildungsmarkt und machen den professionellen Anbietern das Leben schwer.

Obwohl wir die nötige Qualität liefern, kriegt der günstigere Wettbewerber den Auftrag. Treue Stammkunden, so haben wir geglaubt, springen ab und wollen mal was Neues ausprobieren. Budgets werden gekürzt, Managementpositionen neu besetzt – und schon sind wir weg vom Fenster. Gründe, warum wir Aufträge verlieren, gibt es viele...

„Wir brauchen einen Verkäufer für unsere Dienstleistung.“

Von „nicht nötig“ über „keine Zeit“ bis „zu teuer“ – Schluss mit den Ausreden!

Warum tun sich so viele Trainer und Redner so schwer damit, mehr bzw. überhaupt zu akquirieren? Warum kurbeln so wenige ihr eigenes Geschäft aktiv an? Weil sie es nicht nötig haben? Ja, das mag eine Zeit lang stimmen. Weil ihnen ein Salesmanager zu teuer ist? Naja, hier kannst Du über eine Mischung aus Fixgehalt und Provision nachdenken, damit das Gehalt bezahlbar ist. Weil sie keine Zeit haben? Nicht wirklich. Alles eine Frage von Priorisierung. Oder weil viele es einfach nicht können? Das trifft es wohl am ehesten.

Anbieter im Weiterbildungsmarkt beherrschen ihr Thema meist aus dem Effeff. Sie sind die Experten für Vertrieb, Marketing, Konfliktmanagement oder Kommunikation. Sie begeistern regelmäßig Unternehmer, Führungskräfte, Mitarbeiter. Sie sind gescheit in dem, was sie tun. Sonst wären sie in ihrer Selbständigkeit nicht so erfolgreich. Das ist Fakt. Doch wir wissen alle, dass auch Scheitern zum Geschäft gehört. Und wir scheitern nicht nur, wenn uns mal ein Auftrag durch die Lappen geht. Die meisten von uns kommen an ihre Grenzen, wenn die Auftragslage mal länger durchhängt, der Markt übersättigt ist oder der Wettbewerb auf die Überholspur geht: Mit kurzfristiger Action-Akquise ist dann nicht mehr viel zu holen, dafür sind unsere Vorläufe vom Erstkontakt bis

zum geflossenen Honorar viel zu lang. Dann kommt die bittere Erkenntnis: Wir sind gescheitert. Wie also sorgen wir dauerhaft dafür, dass der Auftragsmotor läuft? Hierauf gibt es nur eine Antwort: indem wir uns aktiv verkaufen. Und wenn wir das nicht können, muss es eben jemand anderes tun. Wir brauchen einen Verkäufer für unsere Dienstleistung.

„Wie sorgen wir dauerhaft dafür, dass der Auftragsmotor läuft? Hierauf gibt es nur eine Antwort: Indem wir uns aktiv verkaufen.“

Mehr Geschäft mit einer starken rechten Hand im Vertrieb

Der Salesmanager ist der erste Kontakt zum Kunden. Allein die Tatsache, dass der Trainer nicht selbst anruft, macht schon einen professionellen Eindruck bei den Unternehmen. Das ist das Eine. Das Andere: Wenn Du einen Salesmanager hast, der Dich kennt, Deine Arbeitsweise, Deine Denke, Deine Stärken, Deine Schwächen – und der von Dir, Deiner Leistung und Deinem Mehrwert überzeugt ist und über die Provision an Dir mitverdient, dann sitzt ihr im selben Boot. Und er kann Dich verkaufen, als hätte er nie etwas anderes gemacht.

Effektive Stellenausschreibung: So finden Sie gute Verkäufer

Was macht eine Mitarbeitersuche effektiv? Gute Bewerber, klar. Und wie finde ich die? Entweder begegne ich ihnen zufällig, oder ich gehe den normalen Weg und suche Leute über eine Stellenausschreibung. Hier liegt die Kunst – sowohl im Inhalt als auch in der Verbreitung.

Zum Thema Stellenbörsen gibt es eine ganz wichtige Regel: Schreibe genau auf, was Du suchst, und zwar ehrlich und direkt. Keine Beschönigungen. Keine leeren Worthülsen. Rede Klartext. Vermeide allgemeine, nichtssagende Aussagen wie „Wir bieten eine adäquate Vergütung“, sondern werde konkret: „Erfolgreiche Verkäufer verdienen bei uns zwischen 60.000 bis 80.000 Euro im Jahr.“

Wenn Du bestimmte Ansprüche an Deinen Vertrieb hast, dann halte damit nicht hinterm Berg. Und im Gegenzug: Versprich nichts, was Du nicht halten kannst.

Wenn Du eine ehrliche, motivierende und aussagekräftige Stellenausschreibung formuliert hast, Sorge dafür, dass die richtige Zielgruppe sie findet. Wichtig ist zunächst: Jede Ausschreibung, und das ausnahmslos, muss heute online laufen. Natürlich kannst Du zusätzlich die lokale Tageszeitung nutzen, aber die Präsenz auf den richtigen Onlineportalen ist Pflicht. Wähle bei den Portalen eine Mischung aus Generali-

sten wie Monster, Stepstone, Stellenanzeigen oder Jobscout24 sowie Spezialisten und lokale Stellenbörsen.

So ticken Top-Verkäufer

Wenn Du Deinen Job mit der Stellenausschreibung richtig gemacht hast, geht es in die Bewerbungsgespräche. Da gilt: Lass den Bewerber aktiv sein. Briefe ihn ausführlich, und dann lass ihn telefonieren. Dabei ist nicht entscheidend, ob er direkt beim ersten Versuch erfolgreich ist. In erster Linie geht es darum herauszufinden, wie der Bewerber tickt: Greift er selbstbewusst zum Hörer und hat Freude am Telefonieren, oder zögert er und windet sich um den Anruf? So spürst Du am besten, ob er hungrig nach Kontakten und Aufträgen ist, ob er der Typ „Jäger“ ist, der Dein Geschäft mit Aufträgen ankurbelt.

Ein guter Verkäufer wird nicht satt, den Markt nach potenziellen Kunden zu durchforsten. Er analysiert, welche Unternehmen sich in den verschiedenen Branchen tummeln und wo es Berührungspunkte zum Angebot gibt. Er begibt sich in bekannte Gefilde, zögert aber nicht, auch bisher unbekannte Kontakte aufzutun. Und dann kontaktiert er die Unternehmen, egal ob warm oder kalt. Er macht Termine aus oder lädt die richtigen Ansprechpartner als Gäste zu Seminaren oder Vorträgen ein. Er schickt ihnen ein Buch oder Hörbuch mit einem konkreten und ansprechenden Anschreiben, und vielleicht legt er diesem Päckchen direkt ein unverbindliches erstes Angebot bei. Ein guter Verkäufer kann einschätzen, was nötig ist, um den Kunden zum „Ja“ zu bewegen. Und er bleibt dran an den Kontakten.

Regelmäßige Follow-ups und ein weiterer Aufbau der persönlichen Beziehung machen ihm Freunde. Sein Sportsgeist ist geweckt. Der Top-Verkäufer kann die Nutzenargumentation im Schlaf, er reagiert sicher auf Einwände und Unsicherheiten des Kunden, und er stellt die Abschlussfrage. Selbst wenn er den Auftrag nicht bekommt, zeigt er Inter-



Martin Limbeck

Bestseller-Autor und Speaker of the Year 2014

Martin Limbeck ist einer der meistgefragten und renommiertesten Business-Speaker und Verkaufs-Experten auf internationaler Ebene. 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 den Certified Speaking Professional 2011 (CSP), International Speaker of the Year 2012 und Top-Speaker of the Year 2014 in den letzten Jahren zu einem der effektivsten und wirksamsten Speaker gemacht.

www.martinlimbeck.de

„Die effektivste Motivationsmethode ist die Telefonparty. Telefoniere zusammen mit Deinem Verkäufer.“

esse an der Veranstaltung oder dem Projekt. Er fragt, wie es gelaufen ist und greift zum Folgetermin wieder an, indem er sich rechtzeitig beim Kunden ins Gespräch bringt. Ein guter Verkäufer kann mit einem „Nein“ umgehen, bleibt immer auf Augenhöhe und am Ball.

So werdet ihr als Team unschlagbar

Die Provision ist für Verkäufer nachweislich einer der größten Antreiber. Durch ein Basis-Fixgehalt und einen hohen Provisionsanteil, der nicht unter 60 Prozent liegen sollte, brennt der Verkäufer darauf, Umsatz zu generieren. Hinzu kommt: Auch gute Verkäufer brauchen Trainings, bevor sie sicher und überzeugt durchstarten können. Um einen angehenden Salesmanager fit für seine Aufgaben zu machen, sollte er mehrere Salestrainings besuchen. Schicke ihn zu guten Incentive-Veranstaltungen und lass ihn Deine Kollegen und Wettbewerber im Seminar oder auf der Bühne erleben. So kann er Dein Alleinstellungsmerkmal besser herausarbeiten, um beim Kunden zu punkten.

Die effektivste Motivationsmethode ist die Telefonparty. Telefoniere zusammen mit Deinem Verkäufer. Du beherrschst Dein Thema, er ist der bessere Verkäufer. So funktioniert das voneinander Lernen am effektivsten. Zeig ihm, was Du erwartest, und sei offen für neue Ideen und Herangehensweisen.

Wenn Ihr Euer Know-how kombiniert, und wenn dieses Team-Gefühl richtig zündet, haben beide Seiten einen Riesenspaß an der Akquise – und das merkt nicht zuletzt der Kunde. Glaube nicht weiterhin, Du würdest bis zu Deiner Rente als Einzelkämpfer erfolgreich bleiben. Hol Dir einen Verkäufer ins Boot, der Deine Ziele kennt und bereit ist, den Weg mit Dir zu gehen. Dein Verkäufer ist derjenige, der die Aufträge ran holt, der die PS auf die Straße bringt. Er ist derjenige, der den Umsatz generiert und Dich am Ende in der Erfolgsspur hält.

Martin Limbeck



Redline Verlag, 2014
Hardcover, ca. 210 Seiten
ISBN: 978-3-86881-235-0
€ 19,99
Erhältlich ab 12.09.2014

Warum keiner will, dass du nach oben kommst ... und wie ich es trotzdem geschafft habe — von Martin Limbeck

Einfach kann jeder – nur Hindernisse machen stark. Ein Widerspruch? Nicht, wenn es nach Martin Limbeck geht. Er beschreibt schonungslos in vielen persönlichen Episoden seinen nicht einfachen Aufstieg vom No-Name im Ruhrpott zum bekannten und gefragten Top-Speaker. Martin Limbeck erzählt, dass er auf seinem Weg an die Spitze mit unzähligen Hindernissen konfrontiert war, von Neid über Selbstsabotage bis hin zu falschen Freundschaften

Mit seiner Philosophie hat Martin Limbeck es sehr weit gebracht. In seinem spannenden Buch zeigt er, dass es jeder schaffen kann. Ein ermutigender Aufruf an alle, die mehr aus ihrem Leben machen möchten, obwohl – oder gerade weil(!) – sie es dabei nicht leicht haben!

Vorbestellen unter:

<http://bit.ly/warum-keiner>

... oder in der Buchhandlung Ihres Vertrauens.

Erschienen bei:



ZUKUNFT-TRAINING

Das Online-Magazin für Aus- und Weiterbildung

www.zukunftstraining.de