

Rezession ist Konjunktur für die Tüchtigen!

Hardselling-Spezialist Martin Limbeck im Seminar

Bei dem vom ÖPWZ veranstalteten Seminar „Verkaufen mit Mehrwert“ erfahren die Teilnehmer – durchwegs schon Verkaufsprofis – was es heißt, wirklich Geschäft zu machen. Zahlreiche Tipps und Strategien, um tatsächlich seine Ware an den Kunden zu bringen, erklärt der deutsche Hardselling-Profi Martin Limbeck.

Von Christine Wirl

Jung, dynamisch, fesch – so würde man Martin Limbecks Äußeres schildern. Brillante Rhetorik, gutes, selbstsicheres Auftreten und professioneller Vortrag kann man seiner Trainerperformance zuschreiben. Viele Informationen, praktische Übungen und kein unnötiges Blabla zwecks Zeitvergeudung sind seine Seminar-Inhalte. Martin Limbeck, dem Hardselling-Experten Deutschlands gelingt es, in seinem Eintages-Seminar rund 30 Verkäufer so auf „Vordermann“ zu bringen, dass sie ein neues Bild ihrer Tätigkeit als Verkäufer mitnehmen. Oder vielleicht nicht gerade ein neues, eher ein anderes, selbstbewussteres Bild von sich und ihrer Tätigkeit. „Seien wir doch ehrlich, wir wollen verkaufen und nicht nur den Kunden beraten. Wer den Kunden nur beraten will zwingt ihn dazu, woanders zu kaufen“, stellt Limbeck in den Raum.

Erfolgsfaktoren und Probleme

Zugegeben, nicht ganz neu sind die vier Erfolgsfaktoren der Verkäufer:

- Die persönliche Einstellung zu sich selbst sowie zum Produkt,
- Strategie/Methode,
- die verkäuferischen Fähigkeiten,
- die Marke „ICH“ als Verkäufer.

Dass eine positive Einstellung zum Produkt wichtig ist, um zu verkaufen, war allen klar, ebenso dass eine zielgenaue Strategie und verkäuferische Fähigkeiten von Vorteil sind, wissen die meisten Verkäufer.

Was sehr interessant und für einige durchaus neu war, war das Thema der „Marke“. „Als Verkäufer müssen Sie so ein perfektes Auftreten haben, dass Sie ‚als Marke‘ gelten. Wenn ein Kunde merkt, dass Sie als Typ, als Person einfach anders sind als die anderen, haben Sie schon viel gewonnen.“

Martin Limbeck ist eine Marke als Hardselling-Trainer, das kann ihm keiner absprechen. Sein Vortrag ist perfekt aufgebaut, abwechslungsreich, fesselnd und jeder findet sich in den verschiedensten Punkten wieder.

„Die meisten Verkäufer leiden unter ihrem Job und meist sind die anderen (die Konkurrenz, der andere Verkäufer, der Rückgang, die Dumpingpreise ...) schuld, dass der Verkauf nicht funktioniert“, sagt Limbeck und arbeitet wieder am Selbstbewusstsein der Verkäufer. Am schlimmsten sind für den Verkaufsspezialisten Limbeck jene Verkäufer, die als Bittsteller, als echte Türklinenputzer zum Kunden kommen. „Denn“, so Limbeck, „der Kunde merkt doch, dass Sie den Auftrag brauchen und somit stehen ihm Tür und Tor offen, den Preis zu drücken. Wenn Sie nicht an sich glauben, werden Sie einfach nichts verkaufen“, so seine Aussage. Etwas salopp geht's dann weiter: „Der Kunde will etwas von Ihnen, nur manche Kunden wissen es noch nicht.“ Ohne Optimismus, Spaß und ohne positives Auftreten geht ohnehin nichts im Verkauf.

„Wer nicht lachen kann, soll kein Geschäft aufmachen“, sagt ja schon ein altes chinesisches Sprichwort.



Martin Limbeck

Limbeck zum Thema Positivismus: „Trennen Sie sich von negativen, stetig jammern den Menschen. Rezession ist Konjunktur für Tüchtige.“

Nicht gekauft hat er schon

Viele Verkäufer fürchten sich vor dem „Nein“ des Kunden und rufen ihn gar nicht erst an. Da hat Limbeck einen grandiosen Satz dazu: „Nicht gekauft hat er schon. Jetzt haben Sie die Chance, dass er kauft.“

Der erste Kontakt entscheidet bekanntlich über Sympathie oder Antipathie. Daher ist gerade der Erstkontakt so wichtig. „Organisieren Sie für sich Rituale, damit Sie ‚gut drauf‘ sind. Was auch immer Ihnen dazu einfällt, machen Sie es. Gleichgültig, ob Sie sich beim Zähneputzen in der Früh mit Zahnpasta im Mund anstrahlen und gleich echt loslachen müssen, oder sich beim Anziehen auf die Schulter klopfen oder einfach sagen: ‚Das wird heute ein toller Auftrag!‘ Machen Sie etwas! Egal was Sie tun, nur tun Sie etwas, was Sie in Stimmung bringt! Kunden kaufen nur von Siegern, nicht von Bittstellern!“, ist Limbeck voll und ganz überzeugt.

Halten Sie drei Sekunden den Mund

Martin Limbeck schickt drei Teilnehmer aus dem Seminarraum. Mit den Verbleibenden wettet er und gewinnt haushoch: „Ich wette mit Ihnen, dass jetzt alle drei, die hereinkommen und mir etwas verkaufen wollen, sofort zu reden anfangen.“ Nun, der erste Teilnehmer kommt, Limbeck erklärt die Spielregel: „Sie verkaufen mir nun Flipchart-Stifte.“ Prompt – Limbeck hat kaum mit der Erklärung der Spielregeln geendet – plappert Teilnehmer A auch schon munter drauflos. „Grüß Gott, wie gehts, blablabla...“ Und beim nächsten Teilnehmer passiert dasselbe und natürlich auch beim dritten. Sie haben zu Beginn des Kundengesprächs viel zu viel gequatscht. Limbeck erklärt verständlich: „Lasst doch um Himmels Willen den Kunden den Gesprächstakt und das Thema bestimmen. Vielleicht will er gar nicht small-talken, vielleicht will er nicht über den Urlaub sprechen, der total verregnet war. Der Kunde hat absolut keine Zeit, steht selber unter Druck und will vielleicht gleich zum Punkt Ihres Besuchs kommen.“ Und Limbeck gibt eine Formel mit: „Drei Sekunden soll der Ver-

käufer, nachdem er seinen Vor- und Zunamen (und das am besten gleich zweimal: „Mein Name ist Franz Müller, Franz Müller von der Müller AG“) genannt hat, den Mund halten und warten, wie der Kunde reagiert. Wenn es länger als drei Sekunden dauert wird's peinlich. Da muss der Verkäufer das Gespräch starten und sich taktvoll vortasten. Aber niemals darf man den Kunden und damit den Auftrag totquatschen.“ Dass auf die Stimmung des Kunden eingegangen werden soll ist doch selbstverständlich, trotzdem halten sich die wenigsten Verkäufer daran. „Das ist die Gefahr des Smalltalks“, versichert Limbeck, „daran sind schon Profis gescheitert.“ Das Seminar ist abwechslungsreich, voll mit praktischen Tipps und – zum Glück – fast leer von theoretischen Ausführungen. Denn dieses Seminar ist für solche Verkäufer konzipiert, die schon wissen, was offene und geschlossene Fragen bedeuten. Und dass der Kunden-Nutzen argumentiert werden muss und nicht die Großartigkeit des zu verkaufenden Produkts. Ein phantastischer Seminartag mit einer tollen Performance von Deutschlands Hardseller Martin Limbeck. **T**

Info**Nächster Termin:**

Gewinnerstrategien für Verkaufspraxis
DAS NEUE HARDESELLING®
Verkaufen heißt verkaufen
Termin: 21. November 2007
Seminarort: Wien, ÖPWZ
Investition (exkl. 20% MwSt.):
€ 535,- je Teilnehmer
€ 475,- für Mitglieder im Forum Vertrieb & Verkauf

Anmeldung: Mag. Barbara Halapier
Tel. +43/1/ 533 86 36-58
barbara.halapier@opwz.com
www.opwz.com

Seminarinhalt (u.a.) :

- Sie lernen, wie Sie sich selbst auf den Verkaufserfolg programmieren.
- Sie lernen, wie Sie zu neuen Kunden auf höchster Entscheidungsebene kommen.
- Sie lernen, wie Sie Aktionen und Reaktionen Ihres Kunden gezielt steuern und ihn so intelligent zum Abschluss führen.

Beruflich schneller vorankommen? Jetzt will ich's wissen!



Mit WIFI zum Erfolg. Ihre Karriere von morgen kann bereits heute starten. Mit dem WIFI, der Nummer 1 bei Aus- und Weiterbildung, geben Sie Ihrer beruflichen Laufbahn den entscheidenden Kick. Mehr Informationen und gratis Kursbuch unter www.wifi.at