

## **So werden Sie zum Neuen Hardseller und programmieren sich auf Erfolg**

*07.07.2009 Martin Limbeck*

Ob B2C oder B2B, ob Verkauf, Vertrieb oder Marketing: Unsere Kunden sind heute anspruchsvoller, sie sind kritischer, insbesondere, was das Preis-Leistungs-Verhältnis anbelangt. In diesem Wettbewerb ist es für den Verkäufer unabdingbar, konsequent den Abschluss zu suchen – für die eigene Provision und für den Erfolg seines Unternehmens.

Die heutigen Märkte verlangen nach einem Verkaufskonzept, das die konsequente Zielausrichtung auf den Abschluss mit dem für eine langfristige Kundenbindung notwendigen Beziehungsmanagement verbindet. DAS NEUE HARDESELLING® sorgt dafür, dass der Verkäufer in keiner Gesprächssituation beim Kunden den ureigensten Zweck seines Berufes vergisst: das Verkaufen! Es befähigt den Verkäufer, zielgerichtet zu akquirieren, konsequent den Abschluss zu suchen und Kunden optimal zu binden. Es vermittelt ihm das notwendige Selbstbewusstsein für ein souveränes Auftreten – denn nur ein selbstbewusster Anbieter gibt seinem Kunden das sichere Gefühl, mit einem Gewinner zusammenzuarbeiten.

### **Was DEN NEUEN HARDESELLER auszeichnet**

Kennzeichneten den Hardseller alten Typs noch das mangelnde Interesse am Kunden, eine mangelnde Identifikation mit dem Produkt oder der Leistung und die Strategie des schnellen Einmalgeschäfts, rückt beim Neuen Hardseller ein großes Interesse am Bedarf, den Wünschen und auch der Person des Kunden in den Vordergrund. Er besitzt idealerweise das für eine qualifizierte Nutzenargumentation notwendige Produkt-Know-how und betrachtet sich und den Kunden als gleichberechtigte Verhandlungs- und Business-Partner. Er sieht im Verkaufen nicht nur einen Beruf, sondern seine Berufung und pflegt einen intensiven Austausch mit seinen Kunden, die er langfristig an sich binden will.

### **DER NEUE HARDESELLER hat das Sieger-Gen**

Was sind nun die Erfolgsfaktoren des Neuen Hardsellers, was zeichnet ihn und seine Verkaufstaktik aus? Hier die wichtigsten Kennzeichen des Spitzenverkäufers:

## **Aus Niederlagen lernen**

Spitzenverkäufer motivieren sich nach Niederlagen oder Fehlschlägen immer wieder selbst und betrachten diese Erfahrung als eine Teilzahlung auf dem Weg zum nächsten Erfolg. Jeder Misserfolg, den wir konstruktiv analysieren, gibt uns neue Kraft, es beim nächsten Mal besser zu machen. Das heißt, die richtige Programmierung, die findet übrigens in den 15 cm zwischen unseren beiden Ohren statt, sie ist entscheidend für den Erfolg. Eine gleichbleibend hohe positive Stimmung steigert die Wahrscheinlichkeit auf eine kontinuierlich hohe Leistung.

## **Die positive Programmierung**

Die Verlierer von morgen ziehen abends auf dem Weg nach Hause, im Auto sitzend und im Stau stehend, eine negative Tagesbilanz. Sie denken darüber nach, was sie heute alles wieder nicht geschafft haben, welchen Kunden sie nicht erreicht haben, welches Geschäft sich verzögert und welchen Auftrag sie verloren haben. So programmieren sie sich regelmäßig negativ.

Die Gewinner von morgen ziehen am Ende des Tages eine positive Bilanz. Was ist mir heute besonders gut gelungen? Worüber kann ich mich heute besonders freuen? Welche Teilerfolge habe ich heute erreicht? Mit den Antworten auf diese Fragen ergibt sich ein positives Ergebnis für den Tag, welches sich in einem Gefühl der Zufriedenheit und Lebensfreude ausdrückt. Lebensfreude setzt neue Energie frei, die wir jeden Tag brauchen, um in diesem harten Job dauerhaft erfolgreich zu arbeiten.

## **Selbstmotivation und Begeisterungsfähigkeit**

Es fängt damit an, dass wir täglich unsere wichtigsten Voraussetzungen für unseren Erfolg prüfen. Dazu gehören die Anzahl der Telefonkontakte, Besuche und feste Termine. Belohnen Sie sich mit kleinen Dingen, wenn Sie diszipliniert arbeiten, verzichten Sie auf bestimmte Dinge, wenn Sie Ihr Pensum nicht eingehalten haben. Falls Sie Ihre Telefonakquise durchführen, holen sie sich erst einen Kaffee, wenn Sie zwei Termine vereinbart haben. Hier fängt Ihre Selbstdisziplin schon an, und die brauchen Sie auf dem Weg nach vorn.

## **Die Zweifel bekämpfen**

In Zeiten, wo es weniger gut läuft und die Zweifel anfangen zu nagen, rufen Sie sich die Vorteile Ihres Berufes als Verkäufer in Erinnerung. Dazu gehören selbständiges Arbeiten, Kreativität, Entscheidungsfreiräume und noch viele andere Vorteile, die Ihnen helfen, sich immer wieder mit Ihrem Beruf zu identifizieren. Denn nur wenn Ihnen der Beruf Freude und Spaß bringt, werden Sie gut sein! Wir sollten nur das tun, was uns wirklich Spaß macht. Beruf kommt von Berufung.

## **Den Argumente-Katechismus kennen**

Erarbeiten Sie möglichst viele Vorteile und Nutzen Ihres Angebots. Einmal um sich selbst das Produkt oder die Dienstleistung zu verkaufen und vor allem, um gegenüber Ihrem Kunden ein kompetenter Verkäufer zu sein, der den individuellen Nutzen für den Kunden darstellen kann. So machen Sie durch die besondere Beratung oder den einzigartigen Service aus Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung das "persönliche" Angebot Ihres Kunden.

## **Jeden einzelnen Kunden mögen**

Beginnen Sie jedes Telefonat, jedes Verkaufsgespräch, jeden Brief damit, sich selbst positiv auf Ihren Kunden einzustellen. Denn ohne die positive Grundeinstellung ist der Erfolg nicht zu schaffen. Sobald wir negativ denken: "Den Auftrag bekomme ich sowieso nicht"!, beschwören wir die Niederlage herauf. Solange wir denken, dass wir keinen Parkplatz finden, sehen wir nur die besetzten Parkplätze! Ist unser Blick auf freie Parklücken programmiert, dann werden wir schnell fündig.

## Autoreninfo:



Martin Limbeck ist der Hardselling-Experte in Deutschland. Seit über 15 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 - so auch sein Motto: „Nur ein Verkaufstrainer, der selber verkaufen kann, kann auch Verkaufsschulungen durchführen.“

Dies machte ihn in den letzten Jahren zu einem der effektivsten und wirksamsten Trainer. Ausgezeichnet vom BDVT für sein Konzept „DAS NEUE HARDELLING® - Verkaufen heißt verkaufen“ mit dem Internationalen Deutschen Trainingspreis 2006, Kategorie Verkauf & Vertrieb, sowie 2008 dem 5-Years-Award - jeweils in Bronze. Ende 2008 gewählt zum Trainer des Jahres, im Juni 2009 prämiert mit dem Conga Award 2009.

## Literaturhinweis



Martin Limbeck

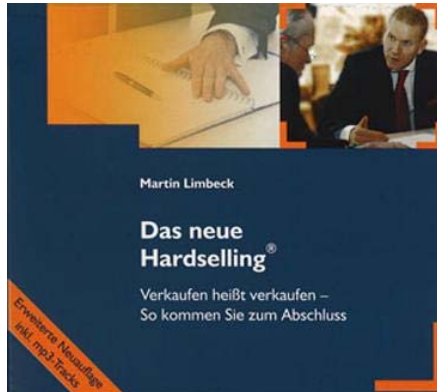
### **Das Neue Hardselling ®**

Verkaufen heißt verkaufen – So kommen Sie zum Abschluss

Gabler Verlag ISBN 978-3-409-14342-4

3. erweiterte Auflage, 277 Seiten, € 38,00

## Hörbuch



Martin Limbeck

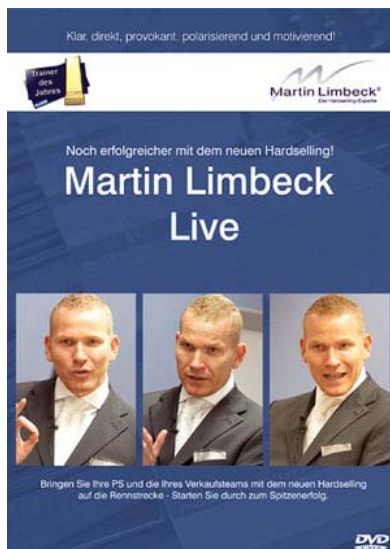
### **Das Neue Hardselling®**

Verkaufen heißt verkaufen – So kommen Sie zum Abschluss

ISBN: 978-3-00-020140-0

Hörbuch, 4 CDs, € 50,00

## DVD



Martin Limbeck Live

### **Noch erfolgreicher mit dem neuen Hardselling!**

ISBN: 978-3-00-026517-4

DVD, € 79,00