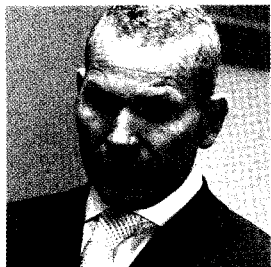


Klartext statt Kuschelkurs

Martin Limbeck



Martin Limbeck

Der „Hardselling“-Experte ist Kopf des Martin Limbeck Trainings Teams in Königstein und Lehrbeauftragter im Bereich Sales Management an der European School of Business in Reutlingen. Sein Buch „Das neue Hardselling“ ist im Gabler Verlag (www.gabler.de) erschienen.

www.martinlimbeck.de

Qualität kommt von quälen: Das meint jedenfalls der Fußballtrainer Felix Magath. Und so ganz unrecht scheint er damit nicht zu haben. Letzte Saison noch Meister mit Magath – und was macht der VFL Wolfsburg jetzt? Ohne den Meister-Trainer? Unfassbar, oder? Dabei steht fast die gleiche Mannschaft auf dem Spielfeld wie in der brillanten Vorsaison. Nein, ich will nicht über Fußball reden, aber Felix Magath könnte auch für Sie als Führungskraft ein Vorbild sein. Auch wenn Sie ihn für einen beinharten Schleifer halten – hat er nicht Recht, wenn er sagt „Nicht ich bin hart, der Job ist hart“?

Das gleiche gilt für den Verkauf und den Vertrieb. Der Job ist hart, verdammt hart. Und die Verkäufer müssen mit dieser Härte klarkommen. Mit den vielen Einwänden und Vorwänden, mit den NEINs der Kunden. Deshalb brauchen sie eine Führung, die sie darauf vorbereitet und immer wieder neu motiviert. Und sie brauchen regelmäßiges Training für ihre persönliche „Fitness“ – genau wie im Fußball.

Statt zu trainieren wird gejammert. Erst war es das boomende Internet, das Geschäft vernichtet. Dann der 11. September. Es folgte der Börsencrash. Und der wurde zur Bankenkrise. Bei den meisten Verkäufern ist immer Krise. Ich nenne das Herausforderung. Denn in guten Zeiten geht es allen gut, in schlechten nur den Besten. Gerade in wirtschaftlich ambitionierten Zeiten muss knallhart gearbeitet werden. Und das klappt nur, wenn die Führungskraft mitmacht.

Die Mannschaft zur Kaltakquise antreiben, reicht nicht aus. Schon gar nicht, wenn sie schon im

Jammertal angekommen ist. Da müssen neue Wege her. Maßnahmen, die Spaß machen. Von denen alle etwas haben. Wir machen mit unseren Kunden zum Beispiel „Telefonpartys“ zur effizienteren Akquise. Denn Akquise bringt nur etwas, wenn sie regelmäßig und konsequent betrieben wird. Und wenn sie von oben geführt wird. Die Party läuft in etwa so ab: Das Team sitzt im Besprechungsraum und telefoniert gemeinsam. Reihum. Vor allen anderen. Alle hören mit, geben anschließend Feedback, diskutieren das Vorgehen. Lernen miteinander und voneinander. Und wer fängt an mit den Gesprächen? Richtig! Die Führungskraft – der Vertriebsleiter, der Verkaufsmanager. Er ist nicht unbedingt der beste Verkäufer, aber immer der erste am Telefon. Das nimmt die Angst vor dem Hörer, das motiviert die Mannschaft.

Wenn Sie und Ihr Team nicht nur die Quote erfüllen möchten, sondern durchschlagende Steigerungen erwarten, müssen Sie den Akquiseprozess systematisieren und kontinuierlich durchführen – so lange, bis er allen in Fleisch und Blut übergegangen ist. Je mehr Sie in den Trichter hinein füllen, desto mehr kommt unten raus.

Trainieren Sie Ihre Mannschaft nicht nur von der Seitenlinie. Gehen Sie mit aufs Feld, gehen Sie mit zum Kunden. Schauen Sie, was draußen im Markt und was bei Ihrem Team los ist. Greifen Sie zu ungewöhnlichen Maßnahmen, die die Leute zusammenbringen. Aber nicht, um zu klagen, sondern um zu klotzen. Training, Training, Training – das ist das Einzige, was wirklich zum Erfolg führt. Ob im Fußball oder Business. Und das geht nicht ohne Sie – den Trainer. «