

»Beim Kunden gefühlten Nutzen zu generieren und dafür den richtigen Preis zu erzielen – das ist die Quintessenz des Tuns und Handelns eines jeden Verkäufers. Wie das geht, können Sie im LIMBECK nachlesen.«

Dr. Peter Schwab

Member of the Board, voestalpine AG

»Verkaufen ist einfach! Was aber viele vergessen ist, dass es auf die Kleinigkeiten ankommt. Limbeck gelingt es, den Unterschied zwischen Wichtigem und Unwichtigem näherzubringen und damit mehr Fokus auf die Dinge zu haben, auf die es beim Verkaufen wirklich ankommt.«

Tom Fux

Geschäftsführer und Präsident, Toyota Deutschland GmbH

Einstellung: Sie brauchen Mentaltraining. Täglich.

Das meine ich ernst: Ihre Gedanken auf Erfolg zu programmieren ist Ihr Pflichtprogramm als Verkäufer. Ihr Mindset ist nämlich geprägt von den Erfahrungen der Vergangenheit. Wenn sie nicht alle immer positiv waren, ist Ihr Mindset negativer, als es Ihnen nützt. Warum? Weil das menschliche Gehirn negative Erlebnisse viel leichter abspeichert als positive. Wenn Sie von Ihrem absoluten Wunschkunden abgeschmettert wurden, als Sie mal einen hohen Preis durchsetzen wollten, und jetzt wieder vor der gleichen Herausforderung stehen, wird Ihr Gehirn Ihnen einen Strich durch die Rechnung machen. Es wird limitierende Gedanken aktivieren. Da sagt dann der innere Kritiker: »Solche Preise sind unrealistisch« oder »Das zahlt kein Mensch« oder »Schuster, bleib bei deinen Leisten«.

Wenn Sie sich nicht angewöhnen, jeden Tag neue Gedanken zu haben, die Sie für den Erfolg öffnen, werden Ihre gewohnten, negativen Gedanken das Ruder übernehmen.



Limbeck-Tipp

Konditionieren Sie sich! Lenken Sie den Fokus auf die positiven Dinge. Machen Sie das JEDEN TAG.

Pflichtprogramm ist einmal täglich mindestens eins der folgenden zwei Rituale.

Das Abendritual

Wie oft kommen Sie abends nach Hause und etwas liegt Ihnen noch auf dem Herzen? Ein Kunde, der nicht gekauft hat, ein Gespräch das anders lief, als Sie es wollten. Obwohl Sie an dem Tag lauter Erfolge hatten, nagt diese eine Sache an Ihnen und macht Sie den ganzen Abend lang unzufrieden.

Um solche Endlosschleifen zu umgehen, beenden Sie den Arbeitstag, indem Sie bewusst eine positive Bilanz ziehen. Kaufen Sie sich ein schönes, leeres Notizbuch und lassen Sie jeden Abend den Tag Revue passieren. Einzige Regel: Sie dürfen nur positive Ereignisse aufschreiben. Selbstreflexion machen Sie ein anderes Mal. Bei diesem Ritual geht es nur um eins: dass Sie realisieren, was alles gut gelaufen ist.

Checkliste: Abendritual

Schreiben Sie jeden Abend sieben positive Dinge auf. Falls Sie glauben, Ihnen passiert nicht so viel Gutes an einem Tag, lassen Sie sich von den folgenden Kategorien inspirieren. Gehen Sie jeden Punkt durch und Sie werden beginnen, Ihren Tag mit anderen Augen zu sehen. Schon nach wenigen Tagen sind Sie einfach besser drauf.

Schreiben Sie auf:

- Erfolge, die Sie heute oder an anderen Tagen hatten
- Dinge, die Sie besonders gut können
- Dinge, die Sie in einen guten Zustand bringen
- Dinge, die Sie begeistern
- Dinge, aus denen Sie etwas gelernt haben
- Dinge, an denen Sie drangeblieben sind
- Dinge, auf die Sie stolz sind
- Dinge, für die Sie dankbar sind
- Dinge, die Sie dieses Jahr noch erleben wollen
- Kunden, die Sie dieses Jahr noch anrufen wollen

Und so weiter und so fort. Es reicht übrigens, wenn Sie insgesamt sieben haben. Hauptsache: Sie fokussieren sich auf das Positive!

Sie wollen die Checkliste für sich anpassen? Kein Problem, gut so. Hier können Sie die Vorlage dafür herunterladen:

Download: verkaufen.limbeckgroup.com

Bringen Sie sich jeden Abend in einen guten Zustand. Das lässt Sie besser schlafen und morgens frisch und voller Tatendrang aufstehen.

Das Morgenritual

Es ist nicht wichtig, in welchem Zustand der Kunde ist. Wichtig ist, in welchem Zustand der Verkäufer ist. Wie bringen Sie sich in den richtigen Zustand, um einen erfolgreichen Tag zu starten? Mit der positiven Autosuggestion.

Suchen Sie sich einen Satz aus, der Sie so richtig motiviert. Ein Satz, der Sie glauben lässt, der heutige Tag kann nur der Hammer werden! Das kann sich so anhören:

- Heute ist mein Tag!
- Ich habe das beste Produkt auf dem Markt und werde heute neue Kunden dafür begeistern.
- Ich gewinne neue Kunden mit Spaß und Freude!

Bauen Sie am besten Ihren eigenen Satz. Das wirkt viel stärker als jeder übernommene Satz.

Checkliste: Morgenritual

- Aufwachen, in die Gänge kommen!
- Ihren persönlichen Motivationssatz aussprechen – und zwar laut und überzeugt!
- In einen großartigen Tag starten

Meine persönliche Affirmation lautet zurzeit: »Ich bin im Markt die kleinste Nummer, nämlich die Nummer eins. Und womit? – Mit Recht!«

Das mag überzogen oder arrogant oder größenwahnsinnig wirken. Aber wenn Sie sich bei Ihrem künftigen Kunden vorstellen, sagen Sie auch nicht: »Ich bin der drittschlechteste Verkäufer mit dem zweitbesten Produkt zum höchsten Preis.« Warum also sagen Sie sich selbst Sätze, die Sie runterziehen? Sagen Sie lieber das, was Sie hochzieht! Auch wenn es so noch nicht stimmt: Nur wenn Sie es glauben, kann das real werden.

Und wenn es Ihnen hilft, merken Sie sich: Es geht nicht darum, anzugeben. Es geht darum, sich in Stimmung zu bringen. Beeinflussen Sie sich positiv – und Sie werden die bestmögliche Version von sich selbst. Sie werden so gut, wie Sie sich das eben vorstellen. Also: Fangen Sie an zu träumen!

Die Kür

Und jetzt verrate Ihnen meinen Profitrick. Wenn Ihnen das Morgen- und das Abendritual regelmäßig gelingen, gehen Sie zum nächsten Schritt über: Achten Sie auf Ihre Gedanken bei jeder Gelegenheit, die sich Ihnen bietet. Egal, ob Sie auf dem Weg zum Kunden sind oder beim Einkaufen, mit Schatzi ausgehen oder die Nummer für den nächsten »Kaltanruf« wählen, mit Ihrem Chef sprechen oder mit Ihrem Sohn wandern: Treten Sie immer wieder gedanklich einen Schritt zurück und reflektieren Sie sich:

- Worauf fokussiere ich meine Gedanken?
- Wie spreche ich mit mir selber im inneren Dialog?
- Wie spreche ich mit dem anderen?
- Nutze ich die negative Sprache oder die positive?

Und dann erinnern Sie sich an Martin Limbeck:



Limbeck-Tipp

Egal, was Sie in einem Moment denken, bringen Sie sich in einen positiven Zustand!

AUF EINEN BLICK

- Die wichtigste Voraussetzung für Erfolg im Verkauf ist Ihre Einstellung.
- Denken Sie positiv! Jeden Tag!
- Programmieren Sie sich vor jedem Verkaufsgespräch auf Erfolg!

1.4 Die Glaubenssätze des guten Verkäufers

Ob der Kunde unterschreibt und ob Sie bei Ihren »Kaltanrufen« Termine vereinbaren können oder nicht, hängt stark von Ihrer Einstellung ab. Und die wird nicht nur von dem geprägt, wie Sie gerade zufällig drauf sind, sondern ganz stark von den Glaubenssätzen, die Sie prägen, obwohl sie Ihnen vielleicht gar nicht bewusst sind.

Was sind denn typische Sätze, die Verkäufern so durch den Kopf gehen, wenn sie den Hörer in die Hand nehmen oder beim Kunden durch die Tür treten?

- Ach, der Kunde ist schwierig.
- Der hat noch nie bei uns gekauft!
- Ich bin bestimmt wieder viel zu teuer.
- Der Markt ist einfach eng geworden.
- In meiner Region laufen meine Produkte einfach nicht.
- Meine Kunden kaufen eh nur noch über das Internet.
- Mit Großkonzernen habe ich immer Pech.
- Ich bin einfach nicht gut in der Telefonakquise.
- Der Wettbewerb ist einfach besser.
- Neukunden zu ködern liegt mir gar nicht.
- Geld macht eh nicht glücklich.
- Bestimmt gibt es ein Problem, das muss ich suchen.
- Hoffentlich fällt mir im rechten Moment eine Entschuldigung ein.
- Wenn ich Glück habe, dann kann ich die Aufgabe jemand anderem aufs Auge drücken.
- Vielleicht ist es möglich, aber sicher wird es schwierig.
- Der Kunde hat sich innerlich sicher eh schon für die Konkurrenz entschieden.

Die Sätze klingen wie unverrückbare Wahrheiten – sind aber alles, nur nicht das. Negative Gedanken wie diese verzerren nämlich die Wirklichkeit, weil sie einseitig das Negative an einer Situation betonen. Sie verallgemeinern, weil sie alles in den einen fiesen Topf werfen

und so tun, als wäre nur das die eine Realität – die sich nicht verändern lässt.

Mit solchen Glaubenssätzen halten sich Verkäufer selbst davon ab, erfolgreich zu sein. Statt sich auf ihre eigenen Ziele zu fokussieren, machen sie sich zum Anwalt des Kunden. Statt sich die positive Zukunft auszumalen, die sie gerade dabei sind zu erschaffen, lassen sie in Gedanken die negativen Erfahrungen aus der Vergangenheit wieder aufleben.

Mit anderen Worten: Sie haben bereits vor dem Verkaufsgespräch entschieden, dass der Kunde nicht kauft. Folglich produziert ihr Gehirn nur noch Gedanken und Sätze, die den kommenden Misserfolg rechtfertigen (vgl. [Kap. 1.3](#)). So wird es aber nichts mit dem Verkaufserfolg!

Wenn Sie ein guter Verkäufer sein wollen, dann spüren Sie Ihre negativen Glaubenssätze auf und schmeißen Sie sie über Bord. Doch wie schaffen Sie das?

Negative Glaubenssätze hinterfragen

Beobachten Sie sich: Wann bemerken Sie bei sich eine negative Einstellung zu einem Kunden, einer Tätigkeit, zu Erfolg oder zu Geld? Packen Sie sie und schreiben Sie diesen negativen Satz auf. Zum Beispiel: »Ich habe immer Pech mit Großkonzernen.« Überprüfen Sie als Nächstes: Stimmt dieser Satz wirklich? Trifft das wirklich »immer« zu? Eins kann ich Ihnen nämlich garantieren: Kein einziger Glaubenssatz stimmt zu 100 Prozent. Solche Sätze sind nur Übertragung von Einzelerfahrungen auf die ganze Welt. Die Wirklichkeit bilden sie nicht ab. Stellen Sie also Ihre limitierenden Glaubenssätze auf den Prüfstand mit Fragen wie:

- Gilt das ohne Ausnahme?
- Gibt es Situationen, in denen das nicht zutrifft?
- Sehen das andere Menschen auch so?

Bei dem Beispiel mit den Großkonzernen fragen Sie sich also: »Wie oft habe ich wirklich mit Großkonzernen Pech gehabt?« Indem Sie sich selbst zum Nachzählen zwingen, erhalten Sie ein viel realistischeres Ergebnis: »Ich habe dreimal Pech gehabt mit Großkonzernen.« Dreimal? Und das soll »immer« sein? Sofort verliert der negative Glaubenssatz seine Macht und Sie sind wieder in einer Position der Stärke.



Limbeck-Tipp

Spüren Sie Ihre limitierenden Glaubenssätze auf und hinterfragen Sie sie: So nehmen Sie den negativen Sätzen die Kraft und geben sich selbst wieder Macht.
