

Sales-M-Learning

Den Auftrag vom Zufall befreien

Verkaufsexperte
Markus Neumann:
„Überlassen Sie den
wertvollen Kundenkon-
takt nicht dem Zufall!“
Foto: Sales-M-Learning

Sales-M-Learning GmbH ist ein seit 2008 von der GZQ (Gesellschaft für Qualitätsmanagement) zertifizierter Bildungsanbieter, somit können Möbelunternehmen für Saleslearning-Seminare auch Fördergelder in Anspruch nehmen. Die optimierte Kundenbehandlung ist Hauptbestandteil der Präsenz- und Online-Seminare im Möbelhandel. Im MM-Interview erklärt der Saleslearning-Geschäftsführer Markus Neumann seine Erfolgsstrategie.



MM: Herr Neumann, Sie haben sich einen bekannten Namen als erfolgreicher Trainer im Möbelhandel gemacht. Der richtige Umgang mit dem Kunden ist Hauptbestandteil Ihrer Seminare im Möbelhandel. Worauf kommt es dabei an?

Markus Neumann: Täglich verlieren Möbelhäuser zahlreiche Kunden aufgrund von unmotivierten und inkompetenten Beratern und Mitarbeitern im Service. Kunden merken meist sehr schnell, wenn sie auf Mitarbeiter mit wenig Interesse oder unzureichender Sozialkompetenz treffen. Ein fataler Zustand, denn gerade enttäuschte Kunden kaufen nicht und geben ihre schlechten Erfahrungen an Freunde, Bekannte oder Google weiter.

Deshalb ist unser Motto: Überlassen Sie den wertvollen Kundenkontakt nicht dem Zufall! Menschen sind verschieden, Kunden sind verschieden. Um dem Kunden individuelle Lösungen bieten zu können, müssen wir ihn schnell und präzise in seiner Persönlichkeit (Biostruktur) erkennen, um ihn dann seiner Persönlichkeit entsprechend zu behandeln.

Ein Produkt muss an unterschiedliche Kunden auch unterschiedlich verkauft werden. Durch das Erkennen der Kun-

denpersönlichkeit im Kundenkontakt steigt das Vertrauen um 200% und damit unmittelbar die Abschöpfung und nachhaltig die Kundenbindung.

MM: Was genau trainieren Sie in Ihren Verkaufstrainings und an wen richten sich diese?

Neumann: Genau dieses Erkennen und die persönlichkeitsorientierte Behandlung haben wir in einen Prozess gebracht: Für den Verkauf vom Erstkontakt auf der Fläche bis zur Einwandbehandlung, im Kundenservice und bei Reklamationen in einem Telefonleitfaden und bei der Auslieferung in einem handfesten einfachen Ablauf, um Reklamationen einzudämmen und die Trinkgeldquote der Monteure zu erhöhen.

MM: Sie bringen selbst 30 Jahre Erfahrung im Möbelhandel mit und waren 15 Jahre Geschäftsführer eines erfolgreichen Möbelhauses, bevor Sie sich mit Ihrem eigenen Saleslearning-Programm selbstständig gemacht haben. Was war Ihre Motivation dafür?

Neumann: Meine Motivation damals im eigenen Möbelhaus war es immer, das Beste aus den Mitarbeitern herauszuholen und sie ihren Stärken ent-

sprechend einzusetzen, um Glücksgefühle und Erfolge zu feiern. Mein bester Verkäufer war damals ein Dachdecker, der aufgrund einer Knieverletzung den Beruf nicht mehr ausüben konnte. In kürzester Zeit mit den richtigen Techniken und der eigenen Einstellung hat er Umsätze geschrieben, die unglaublich waren. Und genau solche Geschichten erlebe ich heute in anderen Möbelhäusern, wo wir über das Structogram-Seminar Selbstkenntnis gerade jungen Menschen zeigen, wo ihre angeborene Stärken liegen. Aber auch ältere Mitarbeiter, die ihr Leben lang immer wieder neue Sachen ausprobiert haben, sind begeistert. Dazu ein Satz am Ende des Selbstkenntnis-Seminars. „Danke, Herr Neumann jetzt endlich kann ich meine Frau verstehen, warum sie so ist.“

MM: Welches Feedback erhalten Sie von Ihren Seminarteilnehmern?

Neumann: Da liegt das verborgene Geheimnis des Saleslearning-Training. Wir trainieren nicht stur irgendwelche Treppenmethoden, sondern geben jedem Teilnehmer etwas ganz Persönliches mit nach Hause. Er lernt sich besser kennen, seine Stärken und Schwächen und versteht seine Kollegen und Familie etwas besser. Zudem

kommt dazu, dass wir die meist vorhandene Fachkompetenz mit genau der richtigen Sozialkompetenz in einem einfach zu erlernenden Prozess kombinieren, was dann die Kundenkompetenz optimiert, was 200% mehr Vertrauen bedeutet und eine sofortige Steigerung der Abschöpfung.

MM: Welche aktuellen Themen werden Sie in Ihren kommenden Seminaren aufgreifen?

Neumann: Eine aktuelle Herausforderung bei Möbel- und Küchenhäusern ist aufgrund der wirtschaftlichen Entwicklung, dass weniger Kunden kommen und wie man trotzdem Aufträge und Umsätze sichern kann. Mit dieser Aufgabe haben wir im letzten Jahr schon Seminare speziell für den Verkauf erweitert und zwar um neurowissenschaftlich praxiserprobte Verkaufsverstärker. Ganz interessant ist dabei, dass diese sechs Verstärker teils aus dem Online-Marketing kommen und im Kundengespräch beim Abschluss eine unglaubliche Wirkung erzielen. Mehr Infos dazu finden Sie unter www.saleslearning-moebel.de.

MM: Besten Dank, Herr Neumann, und weiterhin viel Erfolg!

MM