



Woran man richtig gute Verkäufer erkennt

14.11.2014 | 10:24 | Andrea Lehky (DiePresse.com)

Recruiting. Vom redegewandten Charismatiker zum einfühlsamen Kundenversther. Von Andrea Lehky

In den 1990er-Jahren galt als guter Verkäufer, wer eloquent war. Kommunikationstalente waren gefragt, kontaktfreudig, charismatisch und frei von jeder Schwellenangst.

Davon ist man inzwischen weit entfernt. Heute suchen Recruiter den sensiblen Empathiker, der sich schon im Bewerbungsgespräch in die Situation des Interviewers einfühlt (was als Bewerbungstipp interpretiert werden darf).

Zuhören müsse er können und die richtigen Fragen stellen, weiß Niklas Tripolt, der diese Fähigkeit in seinem VBC-VerkaufsberaterInnencolleg schult. „Den Abschluss erzielt man nicht mehr durch Überreden und Druckmachen. Sondern, indem man mit seinen Fragen im Kopf des Kunden eine Idee auslöst, die ihn direkt zum Produkt führt.“

In Deutschland nennt man das „den Kittel-Brenn-Faktor finden“ – zum wahren Problem des Kunden vordringen. Der rückt das natürlich nicht so einfach heraus, sondern verschanzt sich hinter Imageantworten: Man wolle den Marktanteil steigern etwa. Doch der einfühlsame Verkäufer hakt nach und hinterfragt Ziele und Problemfelder.

Früher wäre die Präsentation des eigenen Portfolios der dominante Teil des Verkaufsgespräch gewesen, erinnert sich Tripolt. „Heute kommen Abschlüsse auch ohne Präsentation aus. Einfach dadurch, dass der Verkäufer im Kopf des Kunden Visionen und Lösungen entwickelt.“

Naturalente mit diesen Fähigkeiten sind dünn gesät (Tripolt: „Auch einen Lionel Messi gibt es nur alle zehn Jahre.“) Aber keine Sorge: Empathie lässt sich lernen. Genauso wie die richtige Fragetechnik.

Zum Kommentieren bitte einloggen.



Besser führen



Neun Tipps für Führungskräfte und die, die es noch werden wollen. Von Hannah

Richlik

Mit Zuversicht in die Zukunft



Wieso es österreichischen Klein- und Mittelbetrieben (noch) gut geht, zeigt eine aktuelle Umfrage.

Sündenbock Arbeitgeber?



Eine Million Österreicher haben laut einer Studie der Statistik Austria gesundheitliche oder psychische Probleme aufgrund ihrer Arbeit. Unter WKÖ und ÖGB entfachte sie unterschiedliche Reaktionen.

Pakt für mehr Wettbewerbsfähigkeit



Von Bildung bis Forschung: Welche Faktoren für den Standort Österreich wichtig sind.

Beim Sparen helfen...



... und sich eine Prämie verdienen. So machten es Mitarbeiter bei Bosch.

Employer Branding: Geh hin in Frieden



Serie (10/10). Jenseits des Normalbetriebs: Merger, Akquisitions und Ausgliederungen

bringen eine Arbeitgebermarke gehörig unter Druck. Die Kunst dabei ist, richtig zu kommunizieren und den Druck wieder herauszunehmen. Von Andrea Lehky

Runder Geburtstag



Der europäische Buchhaltungsverband EMAA feierte sein 20-jähriges Jubiläum.

Gabentisch für die Mitarbeiter



Fringe Benefits. Dienstwagen, Laptop, Smartphone waren einmal die begehrtesten

Firmenzusatzleistungen. Heute denken Personalisten in anderen Dimensionen. Sofern sie darüber nachdenken. Von Andrea Lehky

„Sie würde entscheiden wie ich“



Doppelporträt. Claudia Link-Krammer und Doris Link sind Zwillingsschwwestern.

Beide sind Professorinnen an der FH Campus Wien. In einem für Frauen eher untypischen Zweig. Von Michael Kötritsch