

**„Ein guter Verkäufer sollte immer ein treffendes Beispiel aus dem Leben parat haben.“**

**Michael Lindemann**



Arnd Ziemer (links), stellvertretender Chefredakteur der *möbel kultur*, im Gedankenaustausch mit Unternehmensberater Winfried Titze (Mitte) und Trainer Michael Lindemann.

**„Wenn die Gefühle der Kunden und die Produkte mit ihren Eigenschaften zur Nebensache werden, tritt der Preis in den Vordergrund. Das haben die meisten noch nicht begriffen.“**

**Michael Lindemann**

endlich einen erfolgreichen Abschluß im oberen Preissegment zu tätigen.“

Die Folge: Die Unsicherheit des Verkäufers führt zwangsläufig dazu, daß er sich nur noch an einfache Produkte herantraut und wertige Möbel somit zu Ladenhütern werden. Und das in Zeiten, in denen Systemmöbel mit großer Typenzahl immer individuellere Ansprüche erfüllen sollen.

„Kein Wunder, daß gute Programme monatelang in der Ecke verstauben, ohne eines Verkäufers Blickes gewürdigt zu werden. Erst ein sicheres Auftreten und die Fähigkeit, eine emotionale Ebene zum Kunden aufzubauen und die konsequente Umsetzung der Verkaufstechniken, machen Verkäufer stark, einfach alle Möbel an den Mann oder die Frau zu bringen. Wenn Wünsche und Träume verkauft werden, spielen Preisgrenzen keine Rolle mehr. Bestes Beispiel: Matratzen. Das Argument des Liegekomforts allein läßt die Kassen nicht klingeln. Mit einer Geschichte über Rückenschmerzen und gesunden, erholsamen Schlaf spricht ein Mitarbeiter im Verkauf aber ein absolutes Reizthema an, das einfach jeden interessiert und hellhörig macht.“

Gründe genug für Michael Lindemann und sein Team, den Seminarteilnehmern handfeste Verkaufshilfe mit auf den Weg zu geben. Ein Wissen, das sie selbst während ihrer Tätigkeit im Verkauf gesammelt haben, und das für alle Mitarbeiter vom Verkaufsförderer bis hin zur Halbtagskraft wichtige Erkenntnisse eröffnet. „Auch die Führungskräfte müssen miteinbezogen werden, da sie an den Hebeln sitzen, um Verbesserungen im Verkauf durchzusetzen.“

So drücken auch Manager wieder die Schulbank, um das knallharte Training zu absolvieren. Statt langer Vorträge, steht das ak-

tive Tagesgeschäft im Vordergrund. „Bei uns werden die Leute nicht mit ellenlanger Theorie vollgepumpt, sondern sie sollen wenige Inhalte perfekt beherrschen. Denn Können kommt von Trainieren.“

Und zwar von morgens bis abends. Denn nach getaner Seminararbeit müssen die Schüler ihr erlerntes Wissen in einer umfangreichen Hausaufgabe unter Beweis stellen. Für Verschnaufpausen bleibt nur wenig Platz. Was die Arbeits-Disziplin anbelangt ist

**„Wir haben in Köln den Messestand eines Herstellers hochwertiger Möbel besucht. Dort stand lustlos und desinteressiert ein Außendienstmitarbeiter herum. Als wir auf die Frage: Kann ich Ihnen helfen? mit Nein geantwortet haben, war das Thema für ihn abgehakt. Das darf nicht passieren.“**

**Winfried Titze**

der ehemalige Leistungsschwimmer gnadenlos: „Wer einmal fehlt, fliegt raus.“

Nicht die einzige rigide Maßnahme, die die Lehrgangsteilnehmer an längst vergangene Pennäler-Tage erinnert. Selbst bei den Kundengesprächen vor Ort beobachtet der Trainer seine Schützlinge mit Argusaugen, und überprüft, ob die Lektionen sit-

zen. So direkt kann Verkaufstraining sein. Und der Erfolg des „learning by doing“ gibt Michael Lindemann Recht. „Wo andere in der Branche deutliche Umsatzrückgänge haben, erreichen Unternehmen, die ihre Mitarbeiter bei Michael Lindemann schulen, zweistellige Umsatzzuwächse,“ bestätigt der Unternehmensberater Winfried Titze die Erfahrungen in zahlreichen Möbelhäusern.

Erfolgszahlen, die ihn überzeugten, gemeinsame Sache mit dem Verkaufstrainer zu machen. „Der Schwerpunkt meiner Tätigkeit liegt im Bereich der Marketing- und Vertriebsberatung. Schwachstellen im Unternehmen eines Möbelhändlers oder -herstellers aufzudecken. Das Entscheidende ist, die erkannten Defizite im direkten Tagesgeschäft aufzudecken und zu beseitigen.“

Für viele Problemfelder, wie z. B. regionale Marktausschöpfung und Zielgruppenbestimmung bietet er griffige Konzepte. Und genau an diesem Punkt knüpft Michael Lindemann mit der Umsetzung vor Ort an. Eine Kombination, die es Betrieben ermöglicht, Komplettlösungen zur Erhöhung der Marktanteile und der Durchdringung zu realisieren.“

Über die gebündelte Dienstleistung hinaus, haben Michael Lindemann und Winfried Titze ein System zur Erfolgskontrolle entwickelt, das die Umsetzung der Seminarinhalte in die Praxis überprüft. In speziell auf die Möbelbranche abgestimmten Verkauf- und Marketingseminaren vermitteln sie den Teilnehmern sofort anwendbares Know-how. „Die meisten Außendienstmitarbeiter sind doch nicht in der Lage, ein systematisches Kontaktnetz zur Neukundengewinnung aufzubauen. Geschweige denn eine adäquate Nacharbeit zu leisten.“ Ein speziell auf diese Probleme zugeschnittenes Seminar direkt vor der Kölner Möbelmesse und

der MOW soll die Verkaufsmannschaften fit trimmen für Gespräche mit Einzel-, Großkunden und Einkaufsverbänden.

„Der Möbelverkauf reduziert sich für die Industrie doch auf wenige Wochen im Jahr. Und zwar auf die Messen. Da muß jeder Be-



**Branchenkenner Winfried Titze schwört auf Synergien aus der Zusammenarbeit mit Michael Lindemann.**

such von der Ansprache bis hin zu den Preisverhandlungen hundertprozentig sitzen. Und auch bei späteren, teureren Außendienstterminen gilt: Pannen kann sich heute niemand mehr erlauben.“