

## Wirtschaftssenoren präsentieren Verkaufstrainer Hubert Stelling

**LEADER**  
Wesermünde-Süd



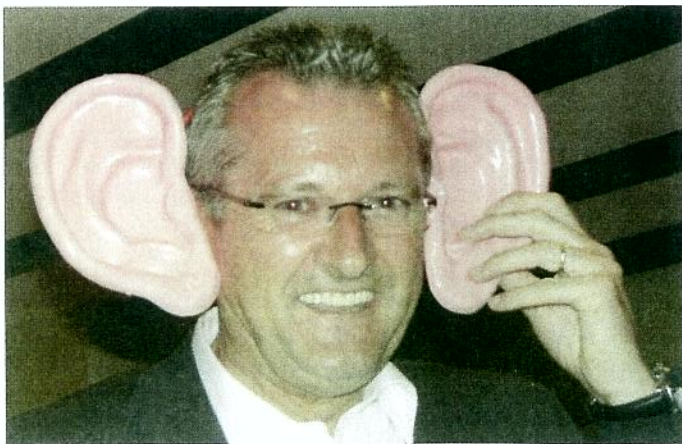
Zehn Projekte zur Existenzgründung haben die im Juni 2009 gegründeten „Wirtschaftssenoren Wesermünde“ bisher begleitet – ehrenamtlich, kostenlos und ohne eigene kommerzielle Interessen. Vier davon sind erfolgreich gestartet (vgl. STALEKE Nr. 177, S. 54), vier befinden sich noch in der Planung, und in zwei Fällen wurde die Geschäftsidee – praktischer Erfahrung sei Dank! – wieder verworfen. So hilft die Beratung der ehemaligen Geschäftsführer, Firmeneigner, Berater und Manager sowohl zum Start in eine neue Existenz, als auch zum einsichtsvollen Verzicht auf überzogene Geschäftserwartungen.

Von den „Wirtschaftssenoren Wesermünde“ sollen aber auch im Beruf stehende Geschäftsleute und Firmeninhaber/-innen profitieren und ihre Position am Markt verbessern können. Aus diesem Grunde hatten sie Ende April zu einem hochinteressanten Vortrag eingeladen. Sein Thema: „Verkaufen – Heute von A bis Z! Ohne Verkauf steht die Firma still.“ Referent: Hubert Stelling (Bremerhaven), Ausbildungsleiter der Kreissparkasse Wesermünde-Hadeln, Inhaber der Firma „HS Training & Infotainment“ und Gastdozent an der Deutschen Sparkassenakademie.

### „2-Std.-Seminar“ für neue Wege

Vor knapp 60 Zuhörer/-innen aus verschiedenen Branchen, von denen Unternehmerinnen aus der Samtgemeinde Hagen stark vertreten waren,

hat er eine Fülle von verkaufsfördernden Tipps, Ratschläge für Kundengespräche und zur Selbstmotivation gegeben. Sein erlebnisorientierter Vortrag war überdies gespickt mit methodischen Tricks und verblüffenden Gags, die seine Zuhörerschaft zwei Stunden lang gefesselt hatten.



Trampelpfade verlassen, neue Wege gehen – Anregungen dafür gab Hubert Stelling in Hülle und Fülle; hier: Zuhören muss man können!

Hier nun einige Kernaussagen von Hubert Stelling:

- „Gewohnheit ist der Feind des Verkaufs.“ Verkaufserfolg beruht auf Bewegung im Kopf; im Zentrum von „Bewegung“ aber steht „Weg“ – also der Wille, neue Wege zu gehen.

- „90 % eines Kaufes sind Emotionen.“ Daher ist das „Wie“ entscheidend und nicht das massenhaft verfügbare Produkt, das „Was“. Dazu gehöre auch, dass die Kunden das Produkt anfassen dürfen – das steigert deren Kaufneigung beträchtlich.

- „Überlegen Sie, was Sie anders machen können.“ Motto: „Auffallen – anders als alle andern.“ Kleine Beispiele dafür seien eine zweite Visitenkarte (erhöht den Erinnerungswert) oder kleine Geschenke (stärken die Kundenbindung). Hilfreich sei es auch, nach Abschluss größerer Arbeiten deren Ausführung gemeinsam mit dem Kunden anhand einer Checkliste zu überprüfen: „Menschen mögen Checklisten.“

5 x A:

**„Auffallen – anders als alle andern.“**

- „Fragen sind das Kernstück der Verkaufs.“ Nur so seien die Kundenwünsche eindeutig zu ergründen. Mit Fragen und Zuhören können erweise man sich als gewissenhafter Berater, der zeigt: „Man muss Menschen mögen.“

- „Sie haben höchstens 7 Sekunden Zeit, um den Kunden zu gewinnen.“ Soll heißen: Der erste Eindruck ist der beste. Also: Emotionen dominieren auch hier! Daher sei der saubere Monteuranzug, die aufgeräumte Werkzeugkiste genauso prägend für den Erstkontakt wie das entgegenkommende Lächeln oder der freundliche Händedruck.

### 6-Punkte-Liste für den Erfolg

Schließlich gab Herr Stelling seiner Zuhörerschaft eine „6-Punkte-Liste für den Erfolg“ mit auf den Weg:

- Setzen Sie sich attraktive Ziele
- Verknüpfen Sie Ihre Ziele mit Gefühl
- Verbannen Sie Halbherzigkeiten
- Seien Sie mit Spaß, Begeisterung und voller Konzentration dabei
- Lächeln ist ein wichtiger Erfolgscharakter; es widerspiegelt Ihr positives Denken
- Konzentrieren Sie Ihre Energie auf das Heute

Damit die Anwesenden auch etwas „Schwarz-auf-Weißes“ gestrost nach Hause tragen konnten, händigte er ihnen „Stelling-Kompakt“ aus: die Broschüre „Verkaufen – Heute von A bis Z“ – Tipps von „Anders“ bis „Zusammenfassung“. ■ Hansdieter Kurth