



„Fühl Dich wohl bei uns“ – der Leitspruch der Limbächers steht auf einem riesigen Plakat im Filderstädter Verkaufsraum.

VERKAUFSTRAINING

Auf der Suche nach der Ideallinie

Klaus Limbächer hat mit dem Santander ChampionsTraining gute Erfolge erzielt. Autohauschefs können sich von Deutschlands größtem Motorradhändler einiges abschauen – etwa die Offenheit für Profiwissen.

Thomas Pelzl zückt sein Smartphone, ruft einen echten Limbächer-Kunden an und drückt am Telefon auf das Lautsprecher-Symbol. Vor den Augen der überraschten Mitarbeiter, die im Tagesgeschäft für Deutschlands größten Motorradhändler Bikes von zwölf Vertragsmarken verkaufen – also eigentlich echte Profis sind. Fünf bis sechs Mal geht das so. Der erfahrene Coach zeigt beim Trainingstag im Januar, wie man aus Bestandskunden wieder Neukunden macht. Pelzl, selbst kein Motorradfach-

mann, stellt am Telefon die richtigen Fragen, liefert Argumente, weckt Wünsche. Im Anschluss an das klar strukturierte Telefongespräch, das in der Regel nicht mehr als acht bis zehn Minuten dauern sollte, denkt der Bestandskunde über das faire Angebot nach und ob er auf ein neues Bike wechseln soll. Dann sind die zwölf Limbächer-Verkäufer dran: Mit dem Live-Telefonat springen sie, nach gründlicher Vorbereitung, beim Coaching „Verkaufen in der Profivariante“ der Santander Consumer Bank dennoch ins kalte Wasser.



„Die Wandelquote konnten wir deutlich steigern“, erklärt Motorradhändler Klaus Limbächer im imposanten Verkaufsraum.

Dieser Sprung ins kalte Wasser sei wichtig, so Pelzl.

Keine Tricks, sondern Profiwissen

„Das professionelle Verkaufen wird oft falsch eingeschätzt. Wir verkaufen keine Tricks“, sagt Pelzl. Rund sechs Monate später lässt der Verkaufstrainer den Tag im Januar noch einmal Revue passieren und berichtet bei Limbächer in Filderstadt über den genauen Ablauf. Unternehmer Klaus Limbächer sitzt ihm gegenüber und erzählt, wie offen seine Mitarbeiter für die



„Verkauf ist hundertprozentige Ehrlichkeit“, betont Coach Thomas Pelzl, der bislang zwölf Limbächer-Verkäufern Profi-Impulse gab.

Profi-Impulse von Pelzl gewesen seien. „Das war etwas Neues“, betont der Chef. Zumal sowohl die Mitarbeiter als auch das Unternehmen direkt von diesem Champions Training profitieren. „Das war ein guter erster Aufschlag mit einem erkennbaren Erfolg“, sagt Limbächer. Man habe die Wandelquote deutlich steigern können. „Da müssen wir jetzt dranbleiben“, erklärt der Unternehmer.

Denn dank dieser Maßnahme schafft es sein Team jetzt leichter, Fahrzeuge früher zu „drehen“. Ein Ziel, das auch viele Autohäuser haben und für das Limbächer schon einmal einen eigenen Versuchsballon gestartet hatte. Der gewünschte Erfolg bleib damit aber aus. Der Unternehmer schätzt vor allem die Klarheit des Champion Trainings und, dass seine Mitarbeiter seitdem schneller auf den Punkt kommen. Zudem ist jetzt allen der Wert des Kun-

LIMBÄCHER AUF EINEN BLICK

Schon die Zahlen lassen das Biker-Herz höher schlagen: 2.000 Fahrzeuge, 20.000 Quadratmeter Verkaufsfläche sowie zwölf Vertragsmarken – die Motorradwelt von Fritz und Klaus Limbächer zählt laut eigenen Angaben zu den größten, modernsten und leistungsstärksten in Europa. An den zwei Standorten in Filderstadt und Reutlingen verkaufen die 120 Mitarbeiter jährlich 5.000 neue und gebrauchte Bikes. Die zehn Meister und Meisteranwärter sowie die 26 Zweiradmechaniker sind die Ansprechpartner für Wartung, Reparatur & Co. Zahlreiche Beratungs- und Serviceleistungen runden das Portfolio ab. Der Schlüssel zum Erfolg liegt Limbächer zufolge in der Größe: Nur ein wirklich großes Motorradhaus könne die Ansprüche der Kunden erfüllen.



denkontakts präsent. „Ich war froh über die Unterstützung und das Angebot.“

Training für Champions

Profiwissen vermitteln und anwenden – darum geht es Holger Katzmarek, Vertriebsleiter Akademie und Spezialisten der Santander Consumer Bank, bei den kompakten Champions Trainings. Er spricht von Praxisnähe, Erfahrungsaustausch, effektiver Einwandbehandlung sowie Auswertungen und Analysen. „Durch unser professionelles Training konnte bei Limbächer die Wiederkaufsrate deutlich gesteigert werden“, freut sich Katzmarek, der sich zwischen all den Bikes als Motorradfan outet. Dieses Know-how sei für jeden Händler wichtig – auch gestandenen Autoverkäufern legt er es ans Herz. Eines ist bei diesem Konzept entscheidend: „Die Teilnehmer sollen mit neuen Impulsen und

konkreten Handlungsempfehlungen in die Betriebe zurückkehren und sie dort dann gleich umsetzen.“

Nächste Schritte

Zwölf der 20 Limbächer-Stammverkäufer haben bei Pelzl bereits das intensive Eintages-Training absolviert. „Die übrigen acht Verkäufer kommen auch noch in den Genuss“, so Katzmarek. Nach der Bike-Saison und somit der Hochphase im Betrieb. Schließlich sollen auch sie dem Bestandskunden kurz und knackig erklären können, wie er ohne Mehrbelastung auf ein neues Motorrad wechselt.

Nette Anekdote am Rande: Ein Mitarbeiter dachte, dass es sich bei den eingangs beschriebenen Live-Telefonaten von Pelzl um einen Fake handelte. So gut sprangen die Gegenüber auf das professionelle Verkaufsgespräch an. *Patrick Neumann* ■



- 1 Da geht's lang: Wo die Kunden welche Marke finden, zeigt der übersichtliche Geländeplan.
- 2 Thomas Pelzl, Klaus Limbächer und Holger Katzmarek von der Santander Consumer Bank (v.l.)
- 3 Fürs leibliche Wohl ist im Bistro gesorgt.
- 4 In Filderstadt werden sechs Vertragsmarken vertrieben.