

# Andreas Nabicht, Verkaufstrainer: ... Weiterbildung gewinnt immer mehr an Bedeutung.



Maria Nasswetter MELDUNG VOM 5. AUGUST 2019

---



Andreas Nabicht

Verkaufstraining

E-Mail: [kontakt@dernabicht.com](mailto:kontakt@dernabicht.com)

Internet: <https://www.dernabicht.com/>

Warum wurden Sie Unternehmer?

*Als langjähriger Vertriebler hätte ich mir sowohl in den Anfängen als auch im Verlauf meines Berufsweges folgendes*

*gewünscht: Dass mich jemand auf Basis meines Wissenstandes, meiner Erfahrung und vor allem auf Basis der aktuellen Herausforderungen fordert und fördert. Die vielen Verkaufstrainings online und offline, Vorträge, Workshops und Seminare haben zwar alle mehr oder weniger Spaß gemacht. Doch der große Durchbruch kam nie. Nicht die neue Abschlusstechnik, eine noch schlauere Methode oder smarte Manipulationen halfen beim Geschäftsabschluss wirklich. Das ist eine komplett falsche Herangehensweise. Meine Erfahrung: Nicht am Ende entscheidet sich eine erfolgreiche Zusammenarbeit, sondern am Anfang. Deshalb auch die wichtige Erkenntnis: Es geht um den Menschen hinter dem Kunden. Auf dieser Basis gebe ich mein Wissen, meine praxiserprobten Methoden und Learnings nun als Verkaufstrainer weiter - zum Vorteil von Unternehmen und Sales-Teams. Und das Beste: Dies ist kein Beruf für mich, sondern eine echte Berufung und macht mir damit wirklich sehr viel Freude!*

Beschreiben Sie bitte das Geschäftsmodell Ihres Unternehmens

*Es gibt drei elementare Herausforderungen, die MitarbeiterInnen und Unternehmen im DACH-Raum erfolgreich zu meistern haben. Vom Start-up bis zum Großkonzern. Und das jedes Jahr aufs Neue.*

*Selbstmanagement*

*Neukundengewinnung*

*Wachstum durch eine starke Kunden-Verbindung*

*Das gilt nicht nur für Sales-Profis, sondern vor allem auch für Nicht-VerkäuferInnen. Also für all jene Menschen, die in ihrer Berufsbezeichnung und auf den ersten Blick in ihrer täglichen Arbeit überhaupt nichts mit Vertrieb und Verkauf zu tun haben (wollen). Verkäuferische Fähigkeiten, Kommunikationsfähigkeiten, emotionale Intelligenz, Zeitmanagement, Selbstorganisation oder ein empathischer Führungsstil sind in der heutigen Arbeitswelt einfach „Must-Haves“. Unabhängig von der Berufsbezeichnung.*

*Genau hier setzt mein Angebot an: Ich unterstütze meine KundInnen mit smarten Methoden aktiv dabei, dass sie ihren Marktbegleitern immer drei Schritte voraus sind. Im Zentrum steht dabei mein ganzheitliches Kundenheld-Programm. Diese Methode, diese Philosophie ist das Fundament, auf dem meine ersten verkäuferischen Erfolge aufbauten. Im Laufe der Zeit kam immer mehr Wissen und Erfahrung hinzu – und ich habe meine „derNabicht“-Methode zum Kundenheld-Programm weiterentwickelt.*

*Das Besondere daran: Mit all seinen unterschiedlichen Elementen ist es so vielfältig wie die Menschen selbst. Jedes einzelne Modul ist einem wichtigen Thema gewidmet. Das Kundenheld-Programm berücksichtigt dabei stets die individuelle Situation, in der sich das einzelne Unternehmen befindet. Und genau deshalb kann sich jedes Unternehmen und jeder Mensch genau dem Element widmen, das es jetzt aktuell braucht. Denn nur so gelingt es, die individuelle oder künftige Herausforderung erfolgreich zu meistern.*

*Dabei steht für mich fest: Wachstum, mehr Neukunden oder messbar höhere Umsätze kommen nicht einfach so über Nacht. Egal, wer das versprechen mag. Aber: Voll motivierte Menschen mit einem unbändigen Willen und einer klaren „Macher-Mentalität“ bekommen mit dem Kundenheld-Programm und meinem Portfolio wertvolle Instrumente an die Hand. Es enthält die entscheidenden Wissens-Elemente, die nötig sind, um die jeweiligen Ziele auch wirklich zu erreichen.*

Beschreiben Sie bitte die Eckdaten Ihres Unternehmens (Anzahl MitarbeiterInnen, Standorte, Jahresumsatz, Jahr der Unternehmensgründung, Rechtsform etc.)

*Unternehmensgründung 01.08.2019*

*Rechtsform: EPU*

*Standort: Salzburg*

*Angebot für den gesamten DACH-Raum*

Seit wann betreiben Sie dieses Geschäft?

*Seit über 15 Jahren arbeite ich leidenschaftlich gerne mit unterschiedlichen Menschen und Unternehmen zusammen.*

*Zuletzt war ich von 2013 bis Anfang 2019 im E-Commerce erfolgreich als Sales-Consultant tätig und habe für meine Arbeitgeber zahlreiche renommierte Unternehmen im DACH-Raum als KundInnen gewonnen. Darunter Marktführer und große, bekannte Marken aus den verschiedensten Branchen im B2C und B2B-Bereich – von Fashion und Lebensmittel über Technik und Gesundheit bis hin zum Handel. Im Sommer 2019 folgte schließlich der Schritt in die Selbständigkeit, da ich mein Wissen und meine Erfahrungen nun gewinnbringend weitergeben möchte. Denn es ist unglaublich erfüllend für mich, mein Know-how mit neugierigen und engagierten Menschen zu teilen. Und dann mit ihnen das Resultat der gemeinsamen Arbeit zu ernten.*

Wer sind Ihre MitbewerberInnen? Was machen Sie anders als Ihre MitbewerberInnen?

*MarktbegleiterInnen gibt es im DACH-Raum unvorstellbar viele. Im Verhältnis dazu sind wirklich nur wenige sehr erfolgreich. Ich muss sagen, dass ich mich weniger mit anderen VerkaufstrainerInnen beschäftige als mit den Herausforderungen, Aufgaben und Zielen meiner (potenziellen) KundInnen.*

*Für diese gilt: Die Zeiten, in denen Geiz wirklich gut war, wo Gordon Gekko und auch der Wolf of Wallstreet das Maß aller Dinge waren, sind längst vorbei. „Das“ Erfolgs-System Nr. 1, das jedes Unternehmen wie von Zauberhand erfolgreich macht, gibt es einfach nicht. Auch wenn dies immer wieder behauptet wird. Neben einer individuell erfolgreichen Kunden-Akquise ist eine starke Kunden-Verbindung das, was wirklich zählt.*

*Schließlich ist ein nachhaltiges und beständiges Unternehmenswachstum das Ziel. Und das erreichen Sie nicht mit einer hohen Kündigungsrate.*

*Darum steht für mich der Mensch im Zentrum – der Mensch hinter dem Verkäufer ebenso wie der Mensch als Kunde. Das Kundenheld-Programm und mein gesamtes Portfolio fördert, fordert und entwickelt all jene Menschen, die von begeisterten, zahlenden KundInnen leben. Es unterstützt Unternehmen dabei, ihre Sales-Skills und Systeme professionell zu*

*konzeptionieren, zu etablieren und weiterzuentwickeln. Ein Verkäufer muss in der Lage sein, die Bedürfnisse, Wünsche und Sehnsüchte seiner KundInnen zu kennen. Unternehmen sollten sich weniger um Account- oder Gäste-Management kümmern, sondern um das Erlebnis-Management. In der Hotellerie, im Tourismus, im Handel und in jeder Branche mit intensivem Kundenkontakt, vor allem auch im Dienstleistungsbereich, wird das Unternehmen immer mehr zum Erlebnis-Designer.*

*Mein Training & Coaching by Horses ergänzt das Portfolio um eine wertvolle Komponente für meine KundInnen. Jede/r MitarbeiterIn mit Kundenkontakt, jede Führungskraft und jede/r UnternehmerIn sollte sich die Frage stellen: Kann ich mit einem 500 kg Pferd klar kommunizieren und könnte ich es auch entsprechend führen?*

*Selbstmanagement und Selbstführung, Leadership, Eigen- und Fremd-Wahrnehmung etc. sind entscheidende Werkzeuge – für eine wertschätzende Kommunikation und eine motivierte Mitarbeiterführung. Und wenn es um darum geht, sich als erfolgreiche Verkäuferpersönlichkeit zu etablieren.*

*Wie schätzen Sie allgemein die Lage Ihrer Branche ein?*

*Die berufliche Weiterbildung gewinnt immer mehr an Bedeutung. Gründe dafür sind die demografische Entwicklung mit der steigenden Anzahl der Berufsjahre, aber auch der anhaltende und gelebte Trend zum lebenslangen Lernen. Für die Gruppe der Millenials spielen etwa die Weiterbildungsmöglichkeiten bei der Auswahl des Arbeitgebers eine zentrale Rolle.*

*Die Kompetenzentwicklung und die Persönlichkeitsentwicklung bzw. das Training von Soft Skills stehen hier aus meiner Sicht besonders im Fokus. Denn: Die Wirtschaft lebt von smarten Köpfen auf der Unternehmens- und Mitarbeiterseite, die sich stetig weiterbilden. Meine Erfahrung hat gezeigt, dass für Unternehmen die folgenden Motive für betriebliche Weiterbildung am stärksten sind: Die Motivation der MitarbeiterInnen, die Erhöhung der Arbeitszufriedenheit, die Erweiterung der Qualifikation, die Optimierung der Produktivität*

*und die Fachkräftesicherung durch Weiterbildung. Darum wird es für die passenden Weiterbildungsangebote immer eine starke Nachfrage geben – wenn sich diese zur passenden Zeit an die passenden Unternehmen und die richtigen Menschen richten.*

Betreiben Sie noch andere Unternehmen?

*Nein.*

Würden Sie (nochmals) gründen was würden Sie anders machen?

*Diese Frage kann ich gerne in einem Jahr beantworten.*

Nutzen Sie die neuen Medien (Facebook, Twitter, Xing, Instagram etc.)? Wenn ja, wie genau?

*Suchen Sie in den bekanntesten Social Channels doch einfach mal nach „derNabicht“... 😊*

*Früher waren die neuen Medien für mich ein Hobby. Inzwischen sind sie beruflich eine sehr geschätzte Notwendigkeit für mich: Sie helfen mir dabei, meinen Expertenstatus weiter auszubauen und mich als kompetenter Ansprechpartner für meine (potenziellen) Kunden und Partner zu etablieren. Darum ist es heute für mich Normalität, über die sozialen Medien nützlichen Content rund um Vertrieb, Verkauf und Selbstmanagement zu teilen. Dazu gehören auch das eine oder andere kurze (Live-)Video mit der passenden Message und ein kleiner Einblick in mein Privatleben.*

*Ich mag die Vorstellung, dass durch meine Social Media-Aktivitäten potenzielle KundInnen relativ zeitnah einen umfassenden Eindruck von mir gewinnen können. So können Sie einfacher entscheiden, ob ich als Verkaufstrainer zu ihnen passen würde. Wenn der kostenfreie Content, wie z.B. mein E-Book etc. Interesse schafft und sich ein Unternehmen dann einen Social Media-Kanal abonniert, mit mir interagiert und mich letztlich bucht, dann lohnt sich der Invest in guten Content für beide Seiten. Ich bekomme tatsächlich immer wieder gezielt Vertriebs- und Verkaufsfragen, die ich gerne beantworte. Meine ersten Aufträge kamen alle über Social Media-Kanäle zustande und ich habe bis heute für Social Media-Marketing noch keinen*

*Cent investiert.*

*Zusammengefasst kann ich sagen: Social Media ist heute für mich ein Beobachtungskanal, um zu verstehen, was meine (potenziellen) KundInnen und PartnerInnen bewegt und interessiert - privat und beruflich. Es ist eine Möglichkeit, schnell und unkompliziert miteinander zu kommunizieren. Mit dem passenden Content für die richtige Zielgruppe ist es aber auch ein entscheidendes Akquise-Instrument.*

Welche Rollen spielen Nachhaltigkeit und erneuerbare Energie in ihrem Businessmodell?

*Der Gedanke der Nachhaltigkeit zieht sich durch mein gesamtes Geschäftsmodell. Mein Ziel für meine KundInnen ist der beständige, nachhaltige Erfolg in der Neukunden-Akquise und ein kontinuierliches Unternehmenswachstum. Dies ist nur mit den richtigen Strategien und vor allem mit den richtigen MitarbeiterInnen möglich, die das Unternehmen kontinuierlich weiterentwickeln wollen.*

*Darüber hinaus gilt für mich in Sachen Nachhaltigkeit sowohl privat als auch beruflich: Alles was mit dem Fahrrad, zu Fuß und mit der Bahn zu bewältigen ist, das mache ich auch so. Selbst wenn manche Bahnreisen mit höheren Zeitaufwänden aufgrund der Strecke verbunden sind. Mit dem Auto fahre ich nur, wenn es sich nicht vermeiden lässt, oder es einfach anders zu kompliziert und ungeschickt wäre. Jetzt muss ich hier fairerweise erwähnen, dass ich Autos nicht als sehr sexy empfinde und dieses Statussymbol für mich noch nicht entdeckt habe.*

Beschreiben Sie sich als Person bitte mit sieben Eigenschaftswörtern

*Ehrlich – motiviert - kreativ – inspirierend – genießerisch – empathisch - herzlich*