

A portrait of a man with short brown hair, wearing glasses and a dark blue blazer over a light blue shirt. He is smiling and looking towards the camera. The background is a blurred wooden wall.

Ehrlichkeit verkauft.

Oliver Schumacher

Verkaufstrainer und Redner

www.oliver-schumacher.de

Inhalt

Verkäufer haben wichtige Fragen	
– ich habe relevante Antworten.....	4
Ich lese nicht nur Bücher über das Verkaufen	
– ich schreibe sie auch.....	6
Vom schüchternen Menschen	
zum leidenschaftlichen Verkäufer.....	10
Mein Motto: Ehrlichkeit verkauft.	18
Meine Etappensiege und Stationen.....	22
Erleben Sie mich auf YouTube	
– wie 100.000e andere Menschen auch.....	25
Meine Vorträge für Sie.....	26
Einige Statements zu meinen Vorträgen.....	32
Gewinner beim Rednerwettbewerb in New York.....	34
Meine Leistungen für Sie:	
Seminare und Einzelcoachings.....	36
Statements zu meinen Trainings.....	46
Über 1000 mal in den Medien	
– sowohl Print als auch online.....	50
Anfrage & Kontakt.....	54
Impressum.....	55

Verkäufer haben wichtige Fragen – ich habe relevante Antworten



Wie schreibe ich überzeugende **A**ngebote?
Wie finde ich den tatsächlichen **B**edarf heraus?
Wie gelingt ein schnelleres **C**losing (Abschluss)?
Wie baue ich meine **D**istribution weiter aus?
Wie gehe ich souverän mit **E**inwänden um?
Wie erhöhe ich meine **F**rustrationstoleranz?
Wie führe ich bessere **G**espräche mit Kunden?
Wie reduziere ich meine **H**emmungen bei der Akquise?
Wie führe ich **I**nnovationen besser ein?
Wie optimiere ich die **J**ahresgespräche mit meinen Kunden?
Wie habe ich eine bessere **K**örpersprache?
Wie gelingt mir eine **L**Leistungssteigerung im Vertrieb?
Wie habe ich mehr Erfolg auf **M**essen?
Wie spreche ich originell **N**eukunden an?
Wie kann ich meine **O**rganisation verbessern?
Wie setze ich die kalkulierten **P**reise auch durch?
Wie gelingt eine bessere **Q**ualifikation von Anfragen?
Wie machen mir **R**eklamationen weniger zu schaffen?
Wie binde ich meine **S**tammkunden besser?
Wie bekomme ich mehr **T**ermine am Telefon?
Wie erhöhe ich meine **U**msätze?
Wie führe ich **V**erhandlungen?
Wie kommuniziere ich mit mehr **W**ertschätzung?
Wie gelingt **X**-Selling bzw. Zusatzverkauf?
Wie bekomme ich schnell ein **Y**es bzw. ein Ja vom Kunden?
Wie setze und erreiche ich **Z**iele?

Ich lese nicht nur Bücher über das Verkaufen – ich schreibe sie auch



Gabal Verlag, 3. Auflage, 2018

Preise durchsetzen

Sie glauben, Kunden wollen immer nur den Preis drücken? Doch das ist falsch. Die meisten Kunden wollen nicht die billigste Leistung, sondern sie wollen den richtigen Gegenwert für ihr Geld. Also: Senken Sie nicht Ihre Preise, sondern erhöhen Sie den Wert Ihrer Leistung in der Wahrnehmung des Kunden – auf Augenhöhe. Wie das geht, zeigt Ihnen dieser Ratgeber prägnant und praxisnah anhand von zahlreichen Beispielformulierungen und Handlungsvorschlägen. In 30 Minuten erfahren Sie, warum Kunden überhaupt Rabatte wollen, weshalb so viele Verkäufer beim Preis „einknicken“ und wie Sie sich optimal auf Preisverhandlungen vorbereiten und erfolgreiche Verkaufsgespräche führen.



Gabal Verlag, 2018

Auch als Hörbuch

Mein Buch „Preise durchsetzen“ mit den Profisprechern Gilles Karolyi, Sonngard Dressler und Gordon Pidesack, damit es auch nebenbei, beispielsweise während der Autofahrt, gehört werden kann.



Springer Gabler, 4. Auflage, 2020

Was viele Verkäufer nicht zu fragen wagen 110 Tipps für bessere Verkaufsergebnisse im Außendienst

Handelsvertreter müssen tagtäglich das schier Unmögliche vollbringen: Kunden, die bisher keinerlei Bedarf für ein Produkt sahen, von einem Kauf überzeugen. Wie diese Herausforderung zur Routine wird, verrät Oliver Schumacher in seinem Buch über den Verkauf im Außendienst.



Springer Gabler, 3. Auflage, 2017

Verkaufen auf Augenhöhe Wertschätzend kommunizieren und Kunden nachhaltig überzeugen – ein Workbook

In diesem Buch erfahren Sie alles über lästige Stolpersteine im Verkaufsgespräch und wie Sie diese beseitigen können. Denn häufig gelingt der Verkaufsabschluss nicht, weil die Beziehungsebene mangels professioneller und wertschätzender Kommunikation gestört ist. Der Autor erklärt gängige Kommunikationsmodelle und legt Mechanismen offen, die jedes Gespräch beeinflussen. Wie und warum Missverständnisse entstehen – bewusst oder unbewusst – und wie es besser geht, erfahren Sie in diesem Buch. Ein nützliches Workbook für Verkäufer und Vertriebsmitarbeiter – mit zahlreichen Gesprächsbeispielen, Übungen und exklusivem Leserservice.



Top Hair Verlag, 2. Auflage, 2018

Mehr Erfolg als Beauty-Dienstleister Wie Sie leichter verkaufen und besser führen

Mehr Erfolg als Beauty-Dienstleister Wie erhöhen Sie Ihre Umsätze und bringen Ihre Mitarbeiter zu Spitzenleistungen? Praxiserprobte Antworten und Strategien finden Sie in diesem Ratgeber. Das Autorenduo Oliver Schumacher und Peter Lehmann haben jahrzehntelange Erfahrungen in der Beauty-Branche gesammelt und stellen in diesem Werk konkrete Ideen vor, wie beraten und verkaufen, sowie Führung von Mitarbeitern auf Augenhöhe gelingt.



„
Erfolg
im Vertrieb
ist eine
Holschuld.
“



Business Village, 2. Auflage, 2018

Schluss mit halben Sachen im Verkauf

So handeln Top Verkäufer

Viele Verkäufer machen aus Unwissenheit halbe Sachen und verschenken ihren Umsatz an die Konkurrenz. Denn Verkäufer müssen Multitalente sein. Doch erst das perfekte Zusammenspiel aus Motivation, Kommunikation und Organisation macht wirkliche Verkaufserfolge möglich. Immer mehr Verkäufer bekommen das zu spüren. Das „Weiter so wie bisher“ bringt nur halbe Erfolge. Nur: Wenn nicht weiter wie bisher, was dann? Antworten darauf, wie Sie die andere Hälfte schaffen, liefert Oliver Schumacher in seinem neuen Buch.

[a Klick!](#)*



Springer Gabler, 2017

Der Anti-Stress-Trainer für Vertriebler

Gelassen mit Verkaufsdruck umgehen

Dieses Buch aus der Anti-Stress-Trainer-Reihe beschäftigt sich umfassend mit dem Thema Stress bei Vertrieblern. Es dient als Ratgeber für alle Vertriebler, die unter Akquise- und Verkaufsdruck stehen, permanent auf der Straße unterwegs sind und/oder unter Zeitdruck und Dauerhochleistungen agieren. Konkrete und im Alltag anwendbare Anti-Stress-Tipps und Beispiele machen dieses Buch sehr praxisorientiert.

[a Klick!](#)*

Vom schüchternen Menschen zum leidenschaftlichen Verkäufer

Eigentlich wollte ich niemals Verkäufer werden. Denn ich hatte eine große Scheu vor fremden Menschen. Als Jugendlicher war ich ein Einzelgänger und zog mich nach der Schule an meinen Computer – einen Atari 800 XL – zurück. Da fühlte ich mich wohl: Punkte erspielen, Highscores knacken – und neue Spiele ausprobieren. Während der Schulzeit bekam ich die Empfehlung, eine Ausbildung zum Zahntechniker zu machen, da ich dabei nicht viel mit fremden Menschen zu tun hätte. Letztlich landete ich im Büro eines Sauerkonservenherstellers. Gut, rund zehn Kollegen im Büro sind ja auch noch überschaubar, habe ich mir damals gedacht.

INS KALTE WASSER GESCHMISSEN

Den ersten Stresstest durchlebte ich, als ich mit gerade 18 Jahren meinen Führerschein bekam. Mein Ausbilder hatte die glorreiche Idee, ich könnte nun doch mal einen Marktdurchgang bei einer Einzelhandelskette durchführen, um für Sonderplatzierungen unserer feinsauren Delikatessen zu sorgen. Produkte wie Gurken, Rote Bete und Sauerkraut in Gläser und Dosen waren zwar schon gelistet und standen dort im Verkaufsregal, doch ich sollte nun darüber hinaus Sonderplatzierungen bzw. Eckplatzierungen in den einzelnen Filialen erreichen.

>>



Ich erinnere mich noch gut daran, wie ich im Hochsommer mit einem schwarzen Opel Astra ohne Navigationsgerät und Klimaanlage entlang der B73 zwischen Cuxhaven und Hamburg fuhr. Ehrlich gesagt war ich schon froh, dass ich überhaupt die einzelnen Filialen gefunden habe. Das erste Gespräch mit dem Abteilungsleiter verzögerte sich außerplanmäßig – ich traute mich nämlich nicht, an seiner Bürotür zu klopfen. So versteckte ich mich gut 30 Minuten auf der Mitarbeitertoilette, um mir eine Strategie zu überlegen, wie ich nun das Gespräch vermeiden konnte. Letztlich überwand ich mich doch, an seiner Tür zu klopfen – und habe tatsächlich etwas verkauft!

Für meinen Ausbildungsbetrieb war ich später auch öfter auf Messen, um den Besuchern Häppchen von Gurken und Kürbis anzubieten – und im Idealfall auch welche zu verkaufen. Wenn mal nichts auf der Messe los war, kam ich mit anderen Ausstellern ins Gespräch. Einige fragte ich, was sie meinen, was ich nach der Ausbildung machen sollte. Und die Antwort war immer „Verkäufer!“ Warum? Wegen der vielen Freiheiten und auch der Möglichkeit, ohne Studium gutes Geld zu verdienen. Das Berufsbild „Verkäufer“ schob sich immer wieder in mein Sichtfeld. >>



**Ein Verkäufer, der
nicht regelmäßig
trainiert und
reflektiert, läuft
Gefahr, zur Zumutung
für seine Kundschaft
zu werden.**



DER TRÄGER DER ROTEN LATERNE

Und so fing ich mit 25 Jahren dann bei der Wella AG an, um Haarkosmetik an Friseure zu verkaufen. Mein Chef stellte mich damals nur ein, weil ich motiviert war. Verkäuferisch, so meinte er, könnte ich gerade mal einen Stift halten. In den ersten Monaten habe ich den Schwächsten aus unserem 12köpfigen Weser-Ems-Team immer auf Platz 11 gehievt – ich nahm seinen Platz ein.



Das reichte mir irgendwann nicht mehr. Also besuchte ich auf eigene Kosten viele Seminare, hörte zahlreiche Hörbücher während der Autofahrt – und war selbst beinahe erschrocken und gleichzeitig fasziniert, als ich mich plötzlich zu einer Kundin sagen hörte „Gibt es außer der Menge noch etwas anderes, das Sie abhält, die Aktion zu nehmen?“ Denn ich fragte mich: Wo kam der Satz denn plötzlich her?! Aber offensichtlich kann man nicht nicht lernen, wenn man immer nebenbei CDs hört – und am Wochenende Bücher zum Thema Verkaufen verschlingt.

Nach ein paar Jahren gehörte ich zu den Besten im Konzern – von über 200 Verkäufern bundesweit. Es war schön. Ich verdiente viel Geld, kam gut mit meinen Kunden zurecht – es lief. Interessanterweise fingen in unserem kleinen Team dann aber immer mehr die schwächsten Kollegen an, hinter meinem Rücken zu lästern: Es fielen Bemerkungen wie „Kein Wunder, dass der solche guten Umsätze macht – in seinem Bezirk könnte ich das auch“ oder „Der hat viel zu kleine Ziele“. Aber wie war doch noch mal das Sprichwort mit dem Neid? Neid muss man sich erarbeiten, Mitleid bekommt man geschenkt.



Mein Motto: Ehrlichkeit verkauft.

Zugegeben, seitdem ich diese Positionierung habe, bekomme ich keine Anfragen mehr von Banken. Das ist aber auch für mich in Ordnung. Es gibt viele Unternehmen, denen Werte wie Ehrlichkeit, Verlässlichkeit und Verantwortung wichtig sind – nicht nur gegenüber ihren eigenen Mitarbeitern, sondern auch gegenüber ihren Kunden. Für Unternehmen, die ihr eigenes geschäftliches Risiko bevorzugt auf ihre Kundschaft auslagern, arbeite ich nicht.

Auf diese Positionierung kam ich, als ich bei einem Seminar nach meinen ureigensten Bedürfnissen gefragt wurde. Für mich sind Offenheit und Transparenz sowie Fairness und Miteinander sehr wichtig.



So erlebte ich persönlich:

- | einen Vermögensberater, dessen vollmundige Empfehlung zum Totalverlust führte, er aber nicht einmal die 5 % Aufgeld zurückgeben wollte,
- | einen Handwerker aus meinem Heimatort, der offensichtliche Mängel immer wieder abstritt,
- | einen Videofilmer, der einen schlechten Film mit mir machte, obwohl er schon vor der Produktion wusste, dass er mit dem Film meine Erwartungen nicht erfüllen wird,
- | einen Vertreter, der mir eine Versicherung verkaufte, die nur tagsüber für aufkommende Schäden haftete, nachts allerdings nicht,
- | Programmierer, die immer wieder Termine nicht einhielten – mich aber nur selten rechtzeitig von sich aus informierten.

Aus meiner Sicht ist eine lange Kundenbeziehung nur möglich, wenn sich beide Seiten engagiert kümmern – auch nach dem Verkauf. Alles andere führt nur zu kurzfristigen Geschäften, Imageschädigung des Verkäuferberufes und Vertreibung der Kunden zum Mitbewerber, beispielsweise ins Internet.

”

**Die faulste
Ausrede eines
Verkäufers ist:
"Der Kunde
hat ja nicht
gefragt."**

“

**EHRliche VERKÄUFER SIND
FÜR KUNDEN WERTVOLL, DENN:**

- sie verkaufen bedarfsgerecht. Das kann mehr sein als ursprünglich vom Kunden gedacht, aber auch weniger.
- sie denken mit und unterstützen Kunden dabei, wirklich Erfolg mit der gekauften Sache zu haben.
- sie gehen offen mit Informationen um und informieren Kunden von sich aus, wenn bspw. Zusagen nicht eingehalten werden können.
- sie sagen respektvoll „Stopp!“, wenn Kunden zu viel fordern oder die vereinbarten Regeln nicht einhalten.
- sie übernehmen sowohl intern als auch extern Verantwortung für das, was sie verkaufen, aber auch für das, was sie erkaufen.

Meine Etappensiege und Stationen

Berufliche Erfahrung

- 2009 — heute Selbstständigkeit
als Verkaufstrainer und Redner
- 1999 — 2008 Verkäufer im Außendienst (Wella AG)
- 1996 — 1998 Assistent des Verkaufsleiters
(Lebensmittelindustrie)

Berufsbegleitende akademische Ausbildungen

- 2012 Sprechwissenschaftler (M.A.) – Master Thesis:
Einflussfaktoren auf den Erstkontakt zwischen
Verkäufer und Kunde
- 2010 Diplom-Betriebswirt (FH) – Diplom-Arbeit:
Einflussfaktoren auf den Erfolg von Vertriebstrainings

Weitere berufsbegleitende Ausbildungen

- 2014 Psychologischer Berater – Abschlussarbeit:
Reduzierung von Ängsten und Hemmungen
bei der Kaltakquise
- 2007 Fachkaufmann für Vertrieb (IHK)
- 2006 Trainer und Berater (BDVT)
- 2004 Betriebswirt (VWA)

Veröffentlichungen

- 2020 Was viele Verkäufer nicht zu fragen wagen –
110 Tipps für bessere Verkaufsergebnisse im
Außendienst (Springer Gabler, 4. Auflage)
- 2018 Preise durchsetzen
(Gabal, 3. Auflage)
- 2018 Schluss mit halben Sachen im Verkauf –
So handeln Top-Verkäufer
(BusinessVillage, 2. Auflage)
- 2017 Verkaufen auf Augenhöhe –
Wertschätzend kommunizieren und Kunden
nachhaltig überzeugen – ein Workbook
(Springer Gabler, 3. Auflage)
- 2017 Mehr Erfolg als Beauty-Dienstleister –
Wie Sie leichter verkaufen und besser führen
(Top Hair, 2. Auflage)
- 2017 Der Anti-Stress-Trainer für Vertriebler –
Gelassen mit Verkaufsdruck umgehen
(Springer Gabler, 1. Auflage)

”

**Es gibt keine
sicheren Kunden.
Nur der Tod und die
Steuer sind sicher.**

“

Erleben Sie mich auf YouTube – wie 100.000e andere Menschen auch

Auf YouTube zähle ich zu den präsentesten Verkaufstrainern im deutschsprachigen Raum. Dort bin ich nicht nur, weil mir YouTube Spaß macht, sondern auch, um Ihnen zu zeigen, wie ich live bin. Denn nach meiner Meinung sind zwar Fotos schön – Filme sind aber überzeugender. Also – schauen Sie gerne mal ein paar Videos:



Meine Vorträge für Sie

EHRlichkeit VERKAUFT.

Viele Menschen tun sich mit dem souveränen Verkaufen schwer, weil sie nicht aufdringlich sein wollen. Zwangsläufig verhalten sie sich passiv und warten ab, bis Kunden sich von sich aus melden.

Doch wer ein hervorragendes Angebot hat, muss seine Kunden vorm Mitbewerber schützen. Denn andernfalls kaufen diese ja dort. Mit welcher Einstellung und Vorgehensweise ein zeitgemäßes Verkaufen ohne Druck gelingt, ist Thema dieses Vortrags. Denn wenn man es richtig macht, wird Verkaufen aus Kundensicht als Service und Engagement wahrgenommen.

- // Wer keine eigenen Ziele hat, arbeitet für die Ziele der anderen.
- // Souveräner Umgang mit Hemmungen und Ängsten bei der Akquise.
- // Wie Verkaufen auf Augenhöhe in der heutigen Zeit gelingt.

DIE GRÖSSTEN FEHLER MEINER SELBSTSTÄNDIGKEIT – UND WAS ICH DARAUS LERNT

In diesem Vortrag geht es um falsche Bescheidenheit, schlechte Kommunikation sowie der Scheu vor Konflikten. Aber auch aus der daraus erlernten Fähigkeit, Nein zu sagen, öfter kritischere Fragen zu stellen – sowie der Erkenntnis, dass Marketing und Vertrieb nicht nur Chefsache sind, sondern auch immer betrieben werden müssen.

Mit konkreten Beispielen aus meinem Alltag veranschauliche ich, dass Fehler (leider) dazugehören, aber auch, dass es häufig gar nicht so viel braucht, um aus der Masse als Anbieter hervorzustechen – und damit erfolgreich selbstständig zu sein.

- // Mangelndes Selbstbewusstsein führt zu mangelhaften Ergebnissen.
- // Nicht jeder Lieferant meint es gut oder kann es gut.
- // Was nützt das beste Angebot, wenn man es falsch vermarktet?
- // Alles ausprobieren, um dann das, was läuft, intensiv voranzutreiben.
- // Trau dich! Sei keine Kopie, sondern das Original.

50 IMPULSE FÜR MEHR ERFOLG IM VERKAUF

Hier zünde ich ein Feuerwerk an konkreten Impulsen, wie eine nachhaltige Umsatzsteigerung sowohl kurz- als auch langfristig möglich ist – sowohl on- als auch offline.

Vor lauter Arbeit kommen so manche Verkäufer und Unternehmer gar nicht mehr dazu, in Ruhe zu überlegen, wie strategisch mehr Erfolg im Verkauf möglich ist. Nach diesem Vortrag wird aber jeder Teilnehmer für sich mindestens eine zündende und ganz konkret umsetzbare Idee mit nach Hause nehmen.

- // Webseiten müssen zur Kontaktaufnahme des Besuchers animieren.
- // Wege zu mehr Verbindlichkeit bei der Angebotserstellung.
- // Wie systematischer Zusatzverkauf zeitgemäß gelingt.

KOMMUNIKATION FÜR KÖNNER

Viele Menschen sprechen so, wie ihnen der „Schnabel“ gewachsen ist. Ist dann die andere Seite empört oder beleidigt, heißt es oft lapidar: „Habe ich nicht so gemeint!“

Es ist nicht nur der Sender einer Nachricht dafür verantwortlich, wie der Empfänger die Nachricht versteht, sondern auch der Empfänger selbst. Kurz: Kommunikation ist Verantwortung. Dieser werden nur viele nicht gerecht, weil sie beispielsweise oft nur zuhören, um zu antworten, statt um zu verstehen.

- // Warum Menschen vieles in den „falschen Hals“ bekommen.
- // Wie Konflikte entstehen – und gelöst werden.
- // Wie man so spricht, dass andere anstrengungsarm folgen können.





”

**Wer
gute Angebote
nicht einmal
vorstellt, gehört
verklagt wegen
unterlassener
Hilfeleistung.**

“

Einige Statements zu meinen Vorträgen

”

Die Feedbacks unserer Mandanten **waren zu 100% positiv**. Viele Impulse und praktische Hinweise in Verbindung mit einem kurzweiligen Vortrag. Herr Schumacher ist eine echte Bereicherung für jede Veranstaltung rund um das Thema Verkaufen: **Authentisch – Professionell – Sehr erfahren**.

Heiner Röttger

Geschäftsführer, HLB Dr. Schumacher & Partner GmbH, Münster

”

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus der Elektro- und Erdgasbranche waren vom Inhalt und Vortragsstil des Referenten sehr angetan.

Praxisnah und immer wieder neue Ansätze und Ideen.

Oliver Schumacher: Ein Vertriebsprofi, der die Zuhörer allesamt begeisterte.

Christoph Grippehoven

Gruppenleiter Netzanschlüsse/Netzanschlusskapazitäten, NEW Netz GmbH, Mönchengladbach

”

Sein engagierter und unterhaltsamer Vortragsstil, seine Praxisbeispiele und auch seine Lösungsansätze waren anschaulich und konnten überzeugen. Dies wurde von vielen Teilnehmern durch ein positives Feedback bestätigt. Wir empfehlen Oliver Schumacher gerne weiter.

Jonas Langenberg

Regionalentwickler, Regionalmanagement Nördliches Osnabrücker Land, Bersenbrück

”

Da wir **viel positives Feedback** von den Teilnehmern erhalten haben, freuen wir uns schon auf eine **weitere Zusammenarbeit** mit Herrn Schumacher.

Mechthild Gerling

Emsland GmbH, Meppen

”

100 Teilnehmer. 100 Prozent Begeisterung. Danke!

Matthias Gehrs

Geschäftsführer, Marketing und Tourismusgenossenschaft Samtgemeinde Lathen eG, Lathen

”

Im Namen der gesamten Landfuxx Gruppe darf ich mich für den **sehr informativen, lebhaften und diskussionsanregenden Vortrag** anlässlich der Landfuxx Jahrestagung 2015 in Bamberg bedanken.

Wir haben von unseren Kunden ein **großes Lob** für das Thema und den Vortragenden selbst erhalten und geben das gern an Sie weiter.

Norbert Thebille

Geschäftsführer, Landfuxx GmbH, Lage

”

Im Rahmen der Veranstaltungsreihe ‚Profitieren von den Besten‘ hat Oliver Schumacher seinen Vortrag ‚Schluss mit halben Sachen im Verkauf‘ gehalten. **Sein 90minütiger frei gehaltener Vortrag kam beim Publikum sehr gut an.**

Martin Koenen

Wirtschaftsförderer der Stadt Sulingen, Sulingen

Gewinner beim Rednerwettbewerb in New York

2015 fand in New York ein internationaler
Rednerwettbewerb statt, an welchem ich teilnahm.
Von insgesamt 48 Rednern belegte ich den dritten Platz.



”

**Wer Kunden zuerst
die billigste statt
der besten Lösung
anbietet, beleidigt
seine Kunden.**

“

Meine Leistungen für Sie: Seminare und Einzelcoachings

SO RECHNET SICH IHRE MESSE

Der olympische Gedanke „Dabei sein ist alles!“ reicht als Aussteller nicht. Denn eine Standminute(!) kostet schnell 100 Euro und deutlich mehr.

- // Weitere Kunden und Interessenten an den Messestand bekommen.
- // Standbesucher wertschätzend qualifizieren bzw. disqualifizieren.
- // Messeziele (wie Aufträge schreiben, Termine bekommen) erreichen.

LEICHTER ZU MEHR NEUEN KUNDEN

Es gibt keine sicheren Kunden, nur der Tod und die Steuer sind garantiert. Darum ist Neukundengewinnung kein Kann, sondern ein Muss.

- // Systematischer und professioneller gute Termine vereinbaren.
- // Wertschätzend und auf den Punkt beim Termingespräch überzeugen.
- // Strategien, um mehr Anfragen von Interessenten zu erhalten.



PREISVERHANDLUNG LEICHT GEMACHT

Zu viele Verkäufer geben vorschnell Rabatte. Andere investieren viel Zeit in die Angebotserstellung – und verkaufen dann doch nicht.

- // Konzepte, um auf Augenhöhe die kalkulierten Preise durchzusetzen.
- // Gute Angebote erstellen, nachfassen und zu Aufträgen machen.
- // Ideen für mehr Preisstolz und besseren Verhandlungsergebnissen.



”

**So manche
Verkäufer treiben
mit ihrer Passivität
ihre Kunden zum
Mitbewerber.**

“

VERKÄUFER IM AUSSENDIENST ALS ZIELERFÜLLER

Gerade im Verkaufsaußendienst ist es entscheidend, die verkaufsaktive Zeit zu erhöhen – und nicht bei den netten, sondern den richtigen Kunden zu sein.

- // Ideen für die souveräne und permanente Neukundengewinnung.**
- // Geschickte Stammkundenbindung und -entwicklung.**
- // Organisation, Disziplin und Mindset als Grundlage für den Erfolg.**

VERKAUFEN FÜR EINSTEIGER

Wer Umsatzverantwortung trägt, sollten von Anfang an wissen, wie zeitgemäßes Verkaufen gelingt. Denn sonst ist die Gefahr groß, unnötig Umsatz zu verlieren.

- // Die richtige Einstellung zu Akquise, Preisverhandlung und Abschluss.**
- // Was Kunden wirklich wollen – und wie bedarfsgerecht verkauft wird.**
- // Wie souveräner und mit mehr Spaß Aufträge gemacht werden.**



”

**Regel im
Außendienst:
Wer nicht fährt,
fährt nichts ein.**

“

VERKAUFEN FÜR PROFIS

Kommen Verkäufer an manchen Stellen nicht wirklich weiter, geben sie irgendwann auf – und überlassen zwangsläufig Mitbewerbern das Feld.

**Terminierung und Verhandlung
mit „schwierigen“ Kunden.**

**Hier bringen die Teilnehmer konkrete Fälle aus
ihrem Alltag mit. Gemeinsam werden dann
Strategien und Taktiken erarbeitet.**



KOMMUNIKATION FÜR KÖNNER

Wurde erst einmal im Eifer des Gefechts etwas Unbedachtes gesagt oder geschrieben, ist die Gefahr groß, Kunden auf Dauer zu verlieren.

// Vom Umgang mit „schwierigen“ Menschen.

// Der Bewertungs- und Antwortreflex als Beziehungskiller.

// Wie andere Menschen dazu gebracht werden, gerne Ja zu sagen.



EINZELCOACHING ALS UMSETZUNGSBESCHLEUNIGER

Bei einem Einzelcoaching begleite ich Verkäufer bei ihrer Arbeit, um zu sehen, wie sie sich tatsächlich in realen Verkaufssituationen verhalten. Denn oft ist ja das Selbstbild doch ein wenig anders wie das Fremdbild. Bei einer solchen Verkaufsbegleitung nehme ich die Rolle eines Sparringspartners ein, der vor und nach den jeweiligen Kundengesprächen mit dem zu begleitenden Verkäufer Chancen, Risiken und mögliche Strategien bespricht.

Vor den einzelnen Kundengesprächen besprechen wir die individuellen Ziele des Gesprächs, nach dem Gespräch fahren wir weiter und reden dann in Ruhe über das, was gut war – und wo ggf. noch etwas verbessert werden könnte.

In das Verkaufsgespräch selbst bringe ich mich überhaupt nicht ein – ich höre nur sehr aufmerksam zu und beobachte. Das ist für die Kunden, die wir gemeinsam besuchen, auch ganz normal, da ich diesen vom Verkäufer meist als neuer Kollege vorgestellt werde, der in der Einarbeitungsphase ist.

Am Abend hat dann der Verkäufer von mir eine Liste mit 5 bis 15 konkreten Ideen, was dieser wie zukünftig besser machen kann, um leichter und sicherer seine vertrieblichen Ziele zu erreichen.

Statements zu meinen Trainings

”

Durch Oliver haben wir gelernt, selbstbewusst und offensiv mit Preisen umzugehen. Er hat uns mit **einfachen Hilfsmitteln** gezeigt, wie simpel es ist, Preise beim Kunden durchzusetzen und zu seiner ehrlichen Kalkulation zu stehen. **Die Trainings sind eine lohnenswerte Investition für unser Unternehmen!**

Marcus Meier

Prokurist, Nobert Schmees Ladenbau GmbH, Lathen

”

In Vorbereitung auf eine Preisverhandlung mit einem großen und sehr wichtigen Kunden haben wir Oliver Schumacher um Unterstützung gebeten. **Herr Schumacher hat uns in der Vorbetrachtung und Herangehensweise ideal beraten**, so dass das folgende Gespräch mit dem Kunden äußerst erfolgreich für uns, aber perspektivisch auch unseren Kunden, verlief. Wir freuen uns auf weitere Projekte, und ich **kann die Unterstützung von Oliver Schumacher nur wärmstens weiterempfehlen.**

David Möller

Managing Director, 4Packaging GmbH, 49201 Dissen a.T.W

”

Wir haben Herrn Schumacher im November 2016 für ein Coaching unserer REVIDERM skinmedics Institutspartner gebucht. Die Themen Verkauf und Neukundengewinnung standen im Fokus. Unsere Institutspartner (Dermo-Kosmetikerinnen) waren **durchweg begeistert** von Herrn Schumachers praxisorientierten Erklärungen, authentischen Rollenspielen und greifbaren Beispielen. Sie **konnten sich aus dem Seminar viel für ihren Institutsalltag mitnehmen.**

Alicia Brandt

Trade Marketing Managerin, REVIDERM AG, Oberhaching

”

Oliver Schumacher **vermittelt die Inhalte mit Spaß und Emotion**, verständlich und sympathisch. Die Techniken konnten wir direkt im Anschluss in der Praxis anwenden ... **es funktioniert! Und zwar richtig gut!** Verkaufsgespräche sind kürzer, leichter, kontrollierter und machen mehr Spaß!

Christian Obermayer

Geschäftsführer, Heimkinoraum e.K., München

”

Die Investition hat sich gelohnt!

Olaf Fröde

Leiter Technik, WIPAG Deutschland GmbH, Neuburg/Donau

”

Durch Oliver haben wir gelernt, selbstbewusst und offensiv mit Preisen umzugehen. Er hat uns mit **einfachen Hilfsmitteln** gezeigt, wie simpel es ist, Preise beim Kunden durchzusetzen und zu seiner ehrlichen Kalkulation zu stehen. **Die Trainings sind eine lohnenswerte Investition für unser Unternehmen!**

Marcus Meier

Prokurist, Nobert Schmees Ladenbau GmbH, Lathen

”

Durchweg alle Teilnehmer konnten Sie mit den Inhalten und der praxisgerechten Art Ihres eintägigen Trainings begeistern. **Mehrere Betriebe haben sich im Nachgang nochmals sehr lobend über Ihr Seminar geäußert. Gerade weil Sie alles in freier Rede, authentisch und voller Lust vorgetragen haben, kam das bei uns allen da an, wo es hingehört – im Kopf!**

Elmar Wieser

Verkaufsleiter, hawo GmbH, Heppenheim

”

Einfach nur empfehlenswert! Nach dem Coaching durch Oliver Schumacher waren unsere Vertriebsmitarbeiter einfach besser für schwierige Verkaufsgespräche gerüstet. **Zwei Drittel unserer Vertriebler konnten sogar ihren Umsatz unmittelbar erhöhen.** Wir können Oliver Schumacher als Vertriebscoach uneingeschränkt weiterempfehlen!

Marc Linkert

Prokurist und Vertriebsleiter, LANDWEHR Computer und Software GmbH, Wietmarschen-Lohne

”

Praxisnah, motivierend und fundiert – so hat das Agrifood-Team das Seminar von Oliver Schumacher aufgenommen. Wir freuen uns darauf, die Impulse in unserem Vertriebsalltag umzusetzen!

Prof. Dr. Julian Voss

Geschäftsführer, Agrifood Consulting GmbH, Göttingen

”

Wir buchen Herrn Schumacher regelmäßig, weil wir von seinen praxisnahen Ansätzen enorm profitieren. Er vermittelt anschaulich und wertschätzend sein Wissen. **Meine Mitarbeiter bestätigen mir, dass sie mit Hilfe seiner Ansätze schon das ein oder andere schneller und/oder leichter erreicht haben.**

Alfons Westermann

Geschäftsführer, Westermann GmbH & Co. KG, Meppen

”

Wir arbeiten bereits seit Jahren mit Oliver Schumacher zusammen. Er unterstützt uns vor allem bei der Weiterentwicklung von Nachwuchskräften im Vertrieb. **Insbesondere das Einzelcoaching wird vom Außendienst geschätzt,** da es eine sofortige Möglichkeit bietet, ihre eigenen Stärken und Schwächen im Kontakt mit Kunden aufzudecken, zu reflektieren und an einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess zu arbeiten.

Kerstin Lohmann

Leitung Marketing, H. Bröring GmbH & Co. KG, Dinklage

Über 1000 mal in den Medien – sowohl Print als auch online



3 Minuten Coach | Absatzwirtschaft | Agrar
& Technik | AHGZ – Allgemeine Hotel- und
Gastronomiezeitung | AMZ – Auto Motor Zubehör
| AssCompact | Außendienst Informationen
| Baby & Junior | Berufebilder – Best of HR |
Bildung aktuell | Bindereport | Brainguide –
Das Expertenportal | Bürowelt | Business on
– Das regionale Wirtschaftsportal | CoachIn |
ContactManagementMagazine | Das Dental-Labor
| Das Spielzeug | Das Unternehmerhandbuch –
Fachmagazin für Unternehmer, Selbstständige
und Existenzgründer | DDS – Das Magazin für
Möbel und Ausbau | DEGA – Gartenbau | Dental
| Der Augenoptiker | Der österreichische Friseur
| DGW – Deutsche Getränke Wirtschaft | Die
Tabakzeitung | Emsland-Kurier | Elektromarkt |
ErfolgX.de – Tipps für Ihren persönlichen Erfolg
| Focus | Fonds Professionell | Friseurwelt |
Führung und Management aktuell | Getränke

Fachgroßhandel | Gut zu Fuß | H&V Journal |
 Hands & Nails | Hörakustik | HRM – Personaler
 erfolgreich machen | Impulse – Ideen umsetzen.
 Werte schaffen. | Journal Coiffure Suisse | K&L
 Magazin | KMU – Rundschau | Kosmetik & Pflege
 | Kosmetik International | Lingener Tagespost |
 Linie International | Mappe – Die Malerzeitschrift |
 Marconomy – B2B Marketing, Kommunikation und
 Vertrieb | Marketing Börse | Markt & Mittelstand |
 Mediaseller | Mikado – Fachportal für Zimmerer und
 Holzbauer | Mittelstandsmagazin | MM – Maschinen
 Markt | Motivationsmagazin | My Beauty Business
 | Netcoo – Next Economy Magazin | Norddeutsches
 Handwerk | Office Dealzz – Der Bürowirtschaftsblog |
 onpulson - Das Business-Magazin für den Mittelstand
 | Orthopädie – Die Zeitschrift für Fußexperten
 | Parfümerie | Perspektive Mittelstand | POS
 Kompakt | Profits | PT – Magazin für Wirtschaft
 und Gesellschaft | RAS International | Return –

Magazin für Transformation und Turnaround | Sales
 Business | SBZ – Sanitär – Heizung – Klima | Seminar.
 Inside | Shape Up | Sport + Mode | Starting up – Das
 Gründermagazin | Startup Valley | Steine & Erden |
 TASPO Gartenmarkt | Team Journal Quintessenz | TH
 – Technischer Handel | The Harbor | The Huffington
 Post | Top Hair Business | Tophotel – Das Magazin
 der Hotellerie | Unicum | United Networker – Das
 Magazin für digitale Entrepreneure | Unternehmer.
 de – News, Expertenwissen, Praxistipps | Verkaufen
 | Vertrieb Expert – Site | Vertriebsmanager
 | Vertriebsposten | Vertriebszeitung | WA –
 Werbeartikel Nachrichten | Weiterbildungsmarkt –
 das bunte Weiterbildungs-Netz | Wirtschaft aktuell |
 Wirtschaftsecho | Wirtschaftsspiegel | Zoologischer
 Zentralanzeiger | ZT – Zahntechniker Zeitung | ZWF
 – Zeitschrift für wirtschaftlichen Fabrikbetrieb | ZWL
 – Zahntechnik Wirtschaft Labor

Anfrage & Kontakt

Schreiben Sie mir gerne eine Mail oder rufen mich an, um Ihr Vorhaben zu besprechen. Gerne mache ich Ihnen ein detailliertes Angebot, welches auch meine konkrete Vorgehensweise beinhaltet, wie ich sicherstelle, dass unser gemeinsames Projekt zum Erfolg wird.

Oliver Schumacher
Katharinenstraße 3
49809 Lingen (Ems)

www.oliver-schumacher.de
os@oliver-schumacher.de
05 91 610 44 16



Impressum

Verantwortlich für den Inhalt:

Verkaufstrainer und Redner

Oliver Schumacher

Katharinenstraße 3

49809 Lingen (Ems)

Telefon: 0591 610 4416

www.oliver-schumacher.de

os@oliver-schumacher.de

Fotocredit:

Nela Kekic (S. 4, 11, 14, 16, 18, 28, 30, 37, 38, 40, 43)

Mijo M. Jongebloed (S. 1, 54)

Martin Lifka (S. 34)

Cristopher Civitillo (S. 44)

Grafische Gestaltung:

KUCKUCK | Agentur für Marketing & Design

Burgstraße 8

49808 Lingen (Ems)

www.kuckuck-lingen.de

* Die mit Sternchen (*) gekennzeichneten Links sind sogenannte Affiliate-Links. Wenn Sie auf so einen Affiliate-Link klicken und über diesen Link einkaufen, bekomme ich von Amazon eine Provision. Für Sie verändert sich der Preis nicht.

Oliver Schumacher

**Katharinenstraße 3
49809 Lingen (Ems)**

**www.oliver-schumacher.de
os@oliver-schumacher.de
05 91 610 44 16**