

Die Chance für Einsteiger: Werden Sie Verkaufsgenie 2008

LINZ. Sie haben gern Kontakt mit Menschen? Sie wollen für Kunden passende Lösungen erarbeiten und dabei gut verdienen können? Dann sollten Sie ihr Verkaufspotenzial erproben. Bewerten Sie sich als Verkaufsgenie 2008*. Ein umfassendes Beratungspaket hilft Ihnen auf Ihrem Weg.

Die OÖN suchen gemeinsam mit Partnern Interessierte Persönlichkeiten, die eine Karriere im Verkauf anstreben. Geboten werden ein Potenzialtest, der



Quereinsteiger im Verkauf springen ins kalte Wasser – und schwimmen meist obenauf.



ausführlich interpretiert wird. Dazu ein persönliches Beratungsgespräch mit einem Personalberater, der individuelle Tipps für den Einstieg gibt. Jeder Teilnehmer erhält zudem eine Stylingberatung.

Wer ist die Zielgruppe?

Dieses Projekt wendet sich an Quereinsteiger, genauso wie an Menschen, die bereits im Handel arbeiten, aber an einer neuen Herausforderung interessiert sind. Auch Erfahrungen in Kundenservice- oder Call-Centers sind gute Voraussetzungen für eine Verkaufskarriere. Auch für Wiedereinsteigerinnen bietet die Branche gute Chancen – bei flexiblen Arbeitszeiten, als in traditionellen Berufsfeldern.

Wie läuft das Projekt ab?

Auf www.nachrichten.at/verkaufsgenie finden Sie den Potenzialtest, und Ihre diesbezüglichen Stärken und Schwächen fundiert analysiert wer-

den. Nehmen Sie sich 30 bis 40 Minuten Zeit. „Das ist kein schneller spielerischer Selbsttest, das ist eine ernsthafte Check“, sagt der Psychologe Ralph Köbber, der mit seiner Firma recruiting solutions dieses Instrument zur Verfügung stellt. Der Test hinterfragt Ei-



gen, die Partner in dem Projekt sind die Versicherung Allianz Elementar, der Finanzdienstleister AWI, der Werkzeugspezialist Berner, der Immobilienmakler Real Treuhand sowie die Oberösterreichische Versicherung. „Wir bieten Verkaufspersönlichkeiten beste Karriere-Chancen. Gesucht sind Kundenberater, keine Keller. Das gibt es schon lange nicht mehr“, betonen die vertriebsorientierten Unternehmen.

genschaften und findet mit vielen Fragen zu Werthaltungen zur Arbeit heraus, ob eine Verkaufsnung vorliegt. Die Interessierten erhalten dann ein Komplett-Service. Im ersten Schritt steht Köbber für das Feedbackgespräch zur Verfügung. Im Anschluss gibt der auf Vertriebsjobs spezialisierte Personalberater Peter Marsch

von Jobs Personalberatung den potenziellen Verkäufern individuelle Tipps für passende Karriereschritte und Bewerbungstipps. Als Dritte im Bunde bietet Stil- und Imageberaterin Martina Thurn den Teilnehmern eine Einzel-Stilberatung.

Im nächsten Schritt eröffnet sich für die Verkaufspersönlichkeiten konkrete Jobchancen. Schon vor dem Sommer könnte den Verkaufsgenie 2008 ein neuer Job winken.

„Die Unterlagen werden selbstverständlich vertraulich behandelt. Ohne ausdrückliche Zustimmung beim Gespräch werden keine Unterlagen an keine der Partner weitergegeben“, so Köbber.

Die Termine

So läuft es ab

Bis 6. Mai läuft die Teilnahme-möglichkeit zum Verkaufsgenie 2008 auf www.nachrichten.at/verkaufsgenie. Bis 9. Mai werden die geeigneten Kandidaten ausgewählt, die dann an einem der sechs Termine zu Feedbackgespräch, persönlicher Karriereberatung und Stylingberatung geladen werden. Am 13., 14., 16., 20., 28. und 29. Mai sowie am 2. Juni finden im oberösterreichischen Zentralraum diese Beratungen statt.



Kommentar

von Sigrid Brandstätter

Trauen Sie sich!

So gut wie derzeit werden die Jobchancen in vielen Bereichen lange nicht. Besonders gefragt sind derzeit Persönlichkeiten mit Verkaufstalent. Dabei eröffnen Versicherungen, Großhändler, Makler heute vielen Quereinsteigern die Chance, gutes Geld zu verdienen und rasch Karriere zu machen. Dass Außenstehende weniger aus Können besteht, sondern Beratern, Erarbeitern von individuellen Lösungen, regelmäßiger Betreuung bedürftig, wissen diejenigen, die in diesen herausfordernden Jobs stehen. Das Berufsmag hat diesen Wandel noch nicht nachvollzogen.

Vertriebs-jobs bieten Chancen für Querein-steiger.

Mit dem Potenzialtest „Verkaufsgenie 2008“ bieten die OÖN die Chance, unkompliziert zu einer fundierten Analyse zu kommen, ob ein Verkaufsjob Ihren Neigungen entspricht. Heben Sie Ihr Potenzial!

s.brandstaetter@nachrichten.at

KARRIERE INHALT

Berufswelt: Welche Kriterien einen Top-Verkäufer auszeichnen Seite 2

Styling: Wie Sie sich im Außendienst stygerecht kleiden Seite 3

Ausbildung: Qualitätsstandards von Trainings für Einsteiger Seite 4

WERBUNG

Die Attraktivität von ÖO. ARBEITGEBER AUF EINEN KLICK. www.industrialkarte.at

Eine Initiative der Industriellenkammer OÖ

CAREERING DAYS 2008

Join high standards.

27. - 28. Mai

Lernen Sie die unterschiedlichen Facetten von Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung und Unternehmensberatung kennen und glänzen Sie dabei mit eigenen Können! An zwei spannenden Tagen erleben Sie anhand von realistisch dargestellten Fallbeispielen aus der Praxis die Vielfalt unserer Tätigkeit.

Wir suchen die Besten:
Absolventen der Wirtschafts- oder Rechtswissenschaften, Absolventen eines Fachhochschulstudiengangs mit ähnlicher Ausrichtung bzw. Studenten, die kurz vor ihrem Abschluss stehen.

Interessiert an letzter Stelle zu arbeiten? Dann richten Sie Ihre Bewerbungsunterlagen bitte an: KPMG Linz Salzburg Innsbruck joboffer-linz@kpmg.at

www.kpmg.at

Karrierechance in Oberösterreich!

Wir suchen zur Professionalisierung unserer Öffentlichkeitsarbeit dringend eine(n)

Pressesprecherin/Pressesprecher

Die Aufgabe:

- Öffentlichkeits- und Pressearbeit
- Unterstützung der Direktion
- Verfassen von Pressemitteilungen, Reden und Präsentationen
- Laufende Kontakte zu den Medienvertretern
- Vorschläge zur Gestaltung der internen Kommunikation
- Risikofreie Betreuung der Prüfbereiche
- Durchführung von Kundenbefragungen
- Betreuung der Schriftverkehr

Die Anforderung:

- Abschluss eines einschlägigen Studiums (im Bereich Medien, Kommunikation oder Marketing)
- Beherrschung der Instrumente der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit belegt durch mehrjährige einschlägige Berufserfahrung

Gute Kenntnisse der Kontakte zu den österreichischen Medien
Hohe Kommunikations- und Ausdrucksfähigkeit
Politikverständnis
Flexibilität und Belastbarkeit
Eigeninitiative und Verantwortungsbewusstsein

Ihre aussagefähigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte bis spätestens 13. Mai 2008 an

Öö. Landesrechnungshof
Promenade 31, A-4020 Linz
Tel.: +43(0)7327720-11426
Fax: +43(0)7327720-214689
e-mail: post@lrh-oo.at

Verkauf: „Adrenalin des direkten Erfolgs“

LINZ. Der Verkäufer bewegt sich zwischen Erfolgsdruck, Provision, Kommunikation als Überzeugungsmittel und Macht. Was ist der Reiz am Verkauf und was macht den Top-Verkäufer aus?

VON ELISABETH EISENBERGER UND KATHARINA HOBER

„Der Top-Verkäufer hat zwei Ohren und einen Mund. Er hört also doppelt so viel zu wie er selbst redet“, sagt Wilfried Scheschy, Leiter des EWOIS-Instituts für Vertriebsentwicklung in Neufelden. Ein guter Verkäufer braucht eine hohe Wahrnehmungsfähigkeit und ein Gespür für die richtigen Zeitpunkte.

Sich selbst treu bleiben

Außerdem könne er seine Persönlichkeit mit allen Ecken und Kanten in den Verkaufsprozess mit einbringen. „Er muss sich selbst zuhellen und seine künstliche Fassade aufbauen“, so Scheschy. Das würde viel Energie verschlingen, die er eigentlich für die Wertschöpfung braucht. „Ein erfolgreicher Ver-

käufer hat eine gefestigte Persönlichkeit“, sagt auch Verkaufstrainer Harald Pill. Er oder sie muss von sich selbst, dem Produkt und der Firma überzeugt sein, um gut verkaufen zu können. Das Besondere am Verkauf: Der Erfolg kommt unmittelbar. „Neben der Motivation“, sagt der Experte.

Erfolgsrezept

Pill spricht von drei Aspekten, die einen Verkäufer erfolgreich machen: Erstens, immer einen fairen Preis bieten, nicht den niedrigen Preis aber auch nicht höchstens. Zweitens, bei vielen Kunden zeigen: „Ich bin wie du.“ Dafür ist es wichtig, bei vielen Kunden, wie etwa



„Belastung“
aufzeugt von
Interesse –
ja, das ist
gerne.“
Harald Pill,
Verkaufstrainer

bei Sport, mitreden zu können. Und drinnen, in Erinnerung bleiben, also sich regelmäßig um den Kunden kümmern.

„Einen Top-Verkäufer zeichnet die richtige Mischung aus sozialer und fachlicher Kompetenz aus“, sagt Hansjörg Nagelschmidt vom Finanzberater AWD. Das beinhaltet ständige Weiterbildung sowie Freude an der Arbeit mit Menschen. Ähnlich beschreibt es auch Heinz Feldmann, Gründer des Verkaufsbereitschaftszentrums VBC. Er teilt die Rolle des Verkäufers in drei Bereiche ein: Erstens muss er Sozialkompetenz haben. Dazu gehören eine freundliche Ausstrahlung und eine hohe To-

renzgenze. Dazu kommt als zweites die Fachkompetenz. „Hier gibt es die größten Unterschiede, je nach Branche. Der Verkäufer darf aber nicht nur die eigenen Produkte in und auswendig kennen, sondern auch jene der Konkurrenz“, sagt Feldmann. Und drittens muss er abschließend stark sein. „An allen drei Rollen muss der Verkäufer gleich stark sein, damit er auch Erfolg hat“, sagt Feldmann. Und wenig Abschlüsse bringen genauso wenig wie viele Abschlüsse auf Kosten unzufriedener Kunden.

Die hohe Schule

Die hohe Schule erreicht der Top-Verkäufer, wenn er, so heißt es, „Kritikzeugt von ehrlichem Interesse, das hat etwas leicht Perverses“, sagt Pill. Man darf diese auf keinen Fall persönlich nehmen, sondern versuchen, die harten Nüsse zu knacken. „Ein Danke, dass Sie gleich gekommen sind, ist besser, als insgeheim über den Kunden zu stolpern.“

Kann man schwierige Kunden für sich gewinnen, ist das die beste Form von Mundpropaganda und Werbung für sich und die eigene Firma.

Lukas Poiss, Leiter der Landesstelle Oberösterreich der Allianz Elementar Versicherungs AG, hat selbst im Verkauf angefangen, zuerst bei der Wiener Städtischen, dann bei einer Tageszeitung im Anzeigenvertrieb. „Es gibt kaum einen Beruf, der so abwechslungs-

„Der Top-Verkäufer hat zwei Ohren und einen Mund.“
Wilfried Scheschy,
EWOIS Institut



reich ist“, sagt Poiss über den Reiz. Der Kontakt mit den Menschen mache den Job interessant.

Außerdem sei es ein angenehmes Gefühl, wenn man den Kunden gut beraten hat, über Jahre hinweg sieht, dass er zufrieden ist und er irgendwann eingehendes Geld wieder zurückbekommt.

BERUFSBILD: Verkäufertypen in den verschiedenen Branchen

„Verkäufer bekommen beim Klopfen keine nassen Hände“

LINZ. „Es gibt zwei Typen von Verkäufern“, sagt Wilfried Scheschy vom EWOIS-Institut für Vertriebsentwicklung. Den mit der großen Klappe, der sich nicht einschüchtern lässt, und denjenigen, der ruhig und mit Charme überzeugen will. „Beide Typen findet man in jeder Branche“, so Scheschy.

Grundvoraussetzungen, egal in welcher Branche: Man muss Freude am Verkaufen haben und darf nicht schüchtern sein. „Bekommt jemand schon schwelkenne Hände, wenn er an einer Tür klingelt, muss, ist er vielleicht nicht der Richtige für den Beruf“, sagt Lukas Poiss von der Allianz Elementar Versicherungs AG.

„Das Keller-tum hat längst ausgedient.“
Lukas Poiss,
EWOIS Institut
für Vertriebsentwicklung



haben. „Hilftig Dinge zu erledigen und technisches Know-how gehören natürlich dazu“, sagt Marsch.

„Job ist härter geworden“

Das Anforderungsprofil an den Verkäufer und sein Image habe sich zudem in den vergangenen Jahren drastisch verändert. „Das Kelleramt hat ausgedient und funktioniert nicht mehr. Der Kunde ist durch Internet und Medien zum Teil sogar besser informiert als der Verkäufer. Man ist mehr Berater denn je. Der Job ist viel härter geworden“, sagt Marsch.

Besonderheiten der verschiedenen Branchen (Finanzen, Immobilien etc.) sind nebenan gelistet.

ONTOGRAPH

Besonderheiten in verschiedenen Branchen

Immobilien	Technik
<ul style="list-style-type: none"> Eigenschaften: seriöses Auftreten, Verantwortungsbewusstsein, Flexibilität Aufgaben: Verkauf und Makeln von Grundstücken, Wohnungen und Häusern verschiedener Preisklassen Mobilität (Fahr) zu Immobilien Gute Kenntnisse in Wohn- und Mietrecht Möglichkeit, sich selbstständig zu machen 	<ul style="list-style-type: none"> Eigenschaften: technisches und kaufmännisches Verständnis, vernetztes Denken, Mobilität und Fremdsprachenkenntnisse Aufgaben: Neukundengewinnung, Kundenberatung und Betreuung von Projekten Auch junge technische Verkäufer mit Reisebereitschaft werden gesucht Auslandseinsätze möglich
Finanzen/ Versicherungen	Auto
<ul style="list-style-type: none"> Eigenschaften: Sorgfältigkeit, Verantwortungsbewusstsein und Fachwissen Aufgaben: Beratung, Analyse der Ist-Situation, Lösungspakete anbieten, Betreuung Gute Chancen für Quereinsteiger, aufzubereite Branche Möglichkeit, sich selbstständig zu machen Mittleres Alter von Vorteil, Frauen gesucht 	<ul style="list-style-type: none"> Eigenschaften: gutes Argumentieren, Seriösität, guter Umgang mit Reklamation Aufgaben: Verkauf von Autos verschiedener Preisklassen Autos bedeuten oft Leidenschaft, Verkauf über Emotionen gut möglich Erkennen, was der Kunde will/braucht, Beziehungsmodelle anbieten Sich von oft negativen Image des Autoverkäufers durch Seriösität abheben

Foto: Markus D. OÖN, Grafik: OÖN

AWD – Ihr unabhängiger Finanzoptimierer Karriereschritt als Finanzberater

Seit Jahren bereits boomt die Finanzdienstleistungsbranche – immer mehr Kunden setzen nämlich auf unabhängige Finanzberatung. Und Experten prognostizieren weiterhin große Wachstumsraten.

AWD ist mit Abstand Branchenführer in Österreich und in weiteren zehn Ländern Europas höchst erfolgreich. Das Unternehmen wuchs in den letzten Jahren stets deutlich über dem Branchendurchschnitt. So konnte sich AWD dreimal in den Top 3 bei „Austria's Leading Companies“ platzieren.

Ambitionierten Damen und Herren, sowohl Quereinsteiger als auch Bran-

chenprofis, bieten sich ideale Rahmenbedingungen, um ein unabhängiges Karriereprofil als hoch qualifizierter, regelmäßig so richtig durchzustarten.

sowohl als Wirtschaftsprüfer als auch als Führungspersönlichkeit. Eine multiple und leistungsorientierte Vergütungswelt, ein transparenter Karriereplan und eine exzellente Aus- und Weiterbildung im Rahmen der AWD Akademie bilden die Basis für außergewöhnliche Karrieren.

Regelmäßig scheidet AWD bei Tests besonders gut ab: Beim „Beraterst



Österreich 2006“ des Marktforschungsinstituts M & Ö belegten die AWD Experten den 1. Platz. Mit den Vorteilen der unabhängigen Beratung und der riesigen Produktpalette von rund 100 Partnern quer durch alle Produktbereiche lässt sich eine optimale Kunden-Beratung verwirklichen.

WERBUNG

Als führendes Direktvertriebsunternehmen bietet Berner Produkte zum Anlass dort, wo sie benötigt werden: Din- und Normteile, Werkzeuge, Chemieprodukte, Werkstatteinrichtung – kurz gesagt: all jene Produkte, die der professionelle Anwender im Bau- und Kleinhandwerk für seine tägliche Arbeit braucht.

Seit der Gründung 1957 ist Berner kontinuierlich auf Wachstumskurs. Das Familienunternehmen hat sich zu einer erfolgreichen internationalen Unternehmensgruppe mit 780 Mio. Euro Umsatz und mehr als zwölf Millionen Kundenkontakten in 23 Ländern entwickelt.

Das Kapital des Unternehmens sind seine rund 8000 Mitarbeiter, die sich für gemeinsame Erfolge engagieren. Für die Zukunft hat sich Berner weiter dabei auf Mitarbeiter, die in einem internationalen Konzern mit familiärer Atmosphäre arbeiten wollen. Es waren interessanten Aufgaben, sehr viel Eigenverantwortung und Freiräume, professionelle Aus- und Weiterbildung, indivi-



duelle Förderung und noch einige weitere gute Gründe, die Berner als Arbeitgeber abheben.

WERBUNG

Für gemeinsame Projekte mit

