Interview Martin Limbeck

Praxis | 11.11.2015

Versicherungsvertrieb - "Viele Verkäufer leiden unter Sprechdurchfall!"

Ein schneller Draht zum Kunden? Reden ist im Verkaufsgespräch nicht alles, so Keynote-Speaker Martin Limbeck (Symbolbild).
Foto: Ryan McGuire / Pixabay

Versicherungsvertrieb: "Akquirieren statt lamentieren" heißt die Devise des Verkaufstrainers Martin Limbeck, der Ehrgeiz und Antriebskraft als Voraussetzung für den Vertriebserfolg wertet. Oder wie er es auf seiner Webseite formuliert: "Die Prospekteversender und Warenbewacher, die Powerpoint-Junkies und Komaquatscher (...) haben im Spitzenverkauf nichts zu suchen." Versicherungsbote hat sich mit dem zertifizierten Top-Speaker und Bestsellerautor nach der Leitmesse DKM in Dortmund darüber unterhalten, was einen guten Vermittler auszeichnet und welche Herausforderungen er für die Zukunft der Branche sieht.

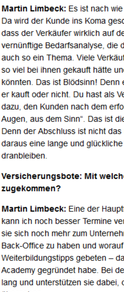
Anzeige

Versicherungsbote: Herr Limbeck, wer hat Sie zur diesjährigen DKM (27.-29.10.2015) nach Dortmund eingeladen?

Martin Limbeck: Der Veranstalter selbst hat mich dieses Jahr gebeten, eine Keynote auf der DKM zu halten. Ich bin seit vielen Jahren immer wieder gerne dort zu Gast, da ich auf der Messe die Möglichkeit habe, viele meiner Kunden geballt an einem Ort zu treffen.

Versicherungsbote: Welchen Eindruck haben Sie von den Vermittlern / Maklern hinsichtlich ihrer Verkaufsleistung(en) im Versicherungsgeschäft?

Martin Limbeck: Ich glaube es gibt im Versicherungsgeschäft wie überall im Leben Yin und Yang, sprich gute und weniger gute Vermittler und Makler. Aus meiner Sicht wurde der Fokus in den letzten Jahren zu stark auf Weiterbildung im fachlichen Bereich gelegt. Grund dafür waren natürlich die starken Gesetzesvorlagen, die in Kraft getreten sind. Doch dabei sollten Unternehmen nicht die verkäuferische Persönlichkeit aus den Augen verlieren, hier ist ebenfalls Trainingsbedarf vorhanden. Denn es ist zum Schluss immer unsere Persönlichkeit, mit der wir verkaufen und unseren Kunden das nötige Vertrauen geben.



Martin Limbeck, International Keynote-Speaker und Trainer. Er ist einer der meistgefragten und renommiertesten Business-Speaker und Verkaufs-Experten auf internationaler Ebene. Im Mittelpunkt seiner Vorträge und Trainings steht das progressive Verkaufen. ©Nils Schwarz

Versicherungsbote: Wie schätzen Sie die Zukunft des Versicherungswesens ein?

Martin Limbeck: Meiner Ansicht nach wird sich das Versicherungswesen in naher Zukunft nochmal drastisch verändern. Einige Kunden werden gerade ihre Standardversicherungen bald bevorzugt online abschließen. Hinzu kommt, dass es immer herausfordernder wird, junge Menschen für den Beruf des Versicherungskaufmanns beziehungsweise der -kauffrau zu begeistern. Statistiken belegen, dass neun von 10 befragten Eltern ihren Kindern nicht empfehlen würden, in die Versicherungsbranche zu gehen.

Versicherungsbote: Haben Sie eigene vorbildliche Erfahrungen mit einem entsprechenden Vermittler oder Makler gemacht?

Martin Limbeck: Absolut! Wir arbeiten seit Jahren mit vielen Gesellschaften zusammen, die großen Wert auf die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeiter legen. Bei einzelnen Maklern oder kleineren Agenturen vermisse ich oft, dass sie in die Weiterentwicklung ihrer Fähigkeiten als Führungskraft und Verkäufer investieren. Für mich ist Lernen das wichtigste Thema überhaupt, du hast niemals ausgelernt! Denn das Fachwissen als Verkäufer ist nicht alles. Schlussendlich ist es deine persönliche Art und Weise, mit der du beim Endkunden punktest. Und dafür ist regelmäßige Weiterbildung unerlässlich.

Versicherungsbote: Von welchen Erfahrungen können Sie berichten, bei denen Sie im Verkaufsgespräch Verbesserungen anmahnen würden?

Martin Limbeck: Es ist nach wie vor so, dass viele Verkäufer unter „Sprechdurchfall" leiden. Da wird der Kunde ins Koma geschwafelt mit sämtlichen Zahlen, Daten und Fakten – ohne dass der Verkäufer wirklich auf den Kunden eingeht. Was wirklich wichtig ist, ist eine vernünftige Bedarfsanalyse, die den Kunden ordentlich abholt. Cross- und Up-Selling sind auch so ein Thema. Viele Verkäufer trauen sich da einfach nicht ran. Weil der Kunde schon so viel bei ihnen gekauft hätte und sie ihm dann nicht noch mehr aus den Rippen leiern könnten. Das ist Blödsinn! Denn es ist letztlich immer noch die Entscheidung des Kunden, ob er kauft oder nicht. Du hast als Verkäufer also nichts zu verlieren. Viele neigen leider auch dazu, den Kunden nach dem erfolgreichen Deal „abzuhaken". Frei nach dem Motto „aus den Augen, aus dem Sinn". Das ist die falsche Vorgehensweise: Hier ist es wichtig, dranzubleiben. Denn der Abschluss ist nicht das Ende, sondern der Beginn einer Kundenbeziehung. Damit daraus eine lange und glückliche Partnerschaft und keine kurzzeitige Affäre wird, musst du dranbleiben.

Versicherungsbote: Mit welchen Fragen sind die DKM Besucher auf Sie zugekommen?

Martin Limbeck: Eine der Hauptfragen, die ich immer wieder gestellt bekomme, lautet „Wie kann ich noch besser Termine vereinbaren?". Oft werde ich von Verkäufern auch gefragt, wie sie sich noch mehr zum Unternehmer entwickeln können, ob es wirklich wichtig ist, ein gutes Back-Office zu haben und worauf sie sich fokussieren sollten. Häufig werde ich auch um Weiterbildungstipps gebeten – das ist einer der Gründe, weshalb ich meine eigene Online-Academy gegründet habe. Bei der Limbeck Academy trainieren wir die Teilnehmer ein Jahr lang und unterstützen sie dabei, dass ihnen die Erfolgsstrategien in Fleisch und Blut übergehen.

"Es fehlt die nötige Disziplin, an den Kunden dranzubleiben"

Versicherungsbote: Sie haben schon jede Menge Vertriebstraining in der Versicherungsbranche abgehalten. Von welchen Schwierigkeiten können Sie hier berichten?

Martin Limbeck: Ich habe schon jede Menge Trainings in der Versicherungsbranche abgehalten, das ist richtig. Besonders gehapert hat es für mein Empfinden an der Rundum-Beratung und Betreuung. Grund dafür ist sicherlich die Herausforderung, dass Unternehmen zu wenige Betreuer für zu große Kundenbestände beschäftigen. Da schafft du es einfach nicht, den Kunden sauber abzuhoien, weil gar keine Zeit dafür da ist. Von Up- und Cross-Selling hatte ich ja bereits gesprochen, da trauen sich Verkäufer einfach viel zu wenig. Es gibt Statistiken, die belegen, dass der Durchschnittskunde zwischen 1,4 und 1,6 Verträge bei einer Versicherungsgesellschaft hat. Da ist noch Luft nach oben! Bei manchen Vermittlern fehlt auch einfach die nötige Disziplin, an den Kunden dranzubleiben. Gerade einmal zwei Prozent aller Vertragsabschlüsse kommen bereits nach dem ersten Gespräch zustande. Wenn du den Kunden willst, musst du dranbleiben und über die volle Distanz gehen. Auch wenn dafür ein drittes, viertes oder sogar zehntes Gespräch nötig ist. Erfolgsentscheidend ist auch die persönliche Einstellung: Wenn du selbst daran glaubst, dass du ein guter Verkäufer bist, dann strahlst du das auch aus. Doch wenn du dir fortwährend nur einredest, dass es immer schwieriger wird, neue Kunden zu gewinnen – dann kannst du es auch gleich bleiben lassen.

Versicherungsbote: Mit welchen Fragestellungen kommt ihre Hörerschaft auf Sie zu?

Martin Limbeck: Ich werde oft gefragt, ob das Internet den Verkäufer ersetzen wird. Das kann ich nur mit einem klaren Nein beantworten. Das Internet ist kein Ersatz, sondern höchstens eine Herausforderung für Verkäufer. Natürlich informieren sich die Kunden heute alle im Internet, vergleichen Prämien und begegnen dir als Verkäufer auf Augenhöhe. Online kaufen ist schnell, bequem und einfach – so lange alles gut geht. Doch gerade wenn es zu Unstimmigkeiten kommt oder Fragen auftauchen, ist der persönliche Ansprechpartner durch nichts zu ersetzen. Der Kunde weiß nämlich noch viel besser als früher, dass er keiner Information mehr blind vertrauen darf. Und das Bedürfnis nach Sicherheit, das kannst nur du als Verkäufer aus Fleisch und Blut ihm geben.

Versicherungsbote: Wo sehen Sie Ansatzpunkte für einen Versicherungsmakler, der zu einem herausragenden Verkäufer werden möchte?

Martin Limbeck: Er sollte sein Auto zur rollenden Universität machen und sich so viel und so gut wie möglich weiterbilden. Ich höre selbst viele Audios und Podcasts, wenn ich mit meinem Wagen unterwegs zu Kunden bin. Ein guter Tipp. Er sollte mindestens 5 Prozent seines Netto-Einkommens in seine persönliche Weiterbildung investieren. Viel zu viele Verkäufer warten darauf, dass von ihrem Chef oder Abteilungsleiter der Anstoß kommt, an einer Weiterbildungsmaßnahme teilzunehmen. Doch wer an die Spitze will, darf nicht darauf warten, dass der Gipfel zu ihm getragen wird. Selbst ist der Mann – oder die Frau.

Versicherungsbote: Welche Eigenschaften sollte ihrer Meinung nach ein guter Versicherungsmakler / Versicherungsvermittler mitbringen?

Martin Limbeck: Ein altes Sprichwort besagt „Man muss Menschen mögen". Und genau darauf kommt es an: Als guter Versicherungsmakler musst du absolut für das Produkt, für deine Dienstleistung und für dein Unternehmen brennen. Und es geht auch nicht darum, ob dir ein potenzieller Kunde sympathisch ist oder nicht. Ich mag auch nicht jeden meiner Kunden gleich gerne. Doch selbst wenn ich welche weniger nett finde, ist es nicht meine Aufgabe, sie zu sympathischeren, besseren Menschen zu erziehen. Oder so zu tun, als ob sie mir sympathisch wären. Als Verkäufer ist es meine Aufgabe, mit ihnen ein gutes Geschäft zum Abschluss zu bringen, so dass wir danach beide zufrieden nach Hause gehen können. Das klappt nur, wenn du gerne mit Menschen interagierst und voll hinter dem stehst, was du tust.

"Druck hat es schon immer gegeben"

Versicherungsbote: Wie sollte ein Versicherungsvermittler dem heutigen Phänomen Verkaufsdruck begegnen?

Martin Limbeck: Welchem Phänomen? Druck hat es schon immer gegeben. Es ist einzig und allein entscheidend, wie du damit umgehst und deine persönliche Balance zwischen Spannung und Entspannung findest. Ich gehe am Wochenende zum Beispiel leidenschaftlich gerne angeln, dabei kann ich super entspannen und runterkommen. Ich habe auch noch nie davon gehört, dass jemand ein Burn-out davon bekommen hat, dass er zu viel gearbeitet hat und dabei einen riesen Spaß hatte. Wenn du deinen Job liebst, bekommst du kein Burn-out. Doch wenn du dich zwingen musst, morgens ins Büro zu fahren und du es nur tust, weil die Kaffeemaschine zu Hause den Geist aufgegeben hat – bedenklich. Dann sind es auch nicht der Chef oder die Kollegen, die dich krank machen. Sondern einzig du selbst, weil du den falschen Job hast. Dann ist es an der Zeit, sich eine neue Stelle zu suchen, die dich wirklich mit Begeisterung erfüllt. Das gleiche gilt auch dafür, wenn du abends Überstunden schiebst und dich davor drückst, nach Hause zu fahren. Auch die falsche Besetzung zuhause kann zum Burn-out führen! Entscheidend ist in beiden Fällen, dass du daraus lernst und etwas veränderst.

Versicherungsbote: Haben Sie noch weitere wichtige Anmerkungen, Anekdoten, Anmerkungen oder Inhalte, die Sie gerne anbringen würden?

Martin Limbeck: Ich möchte gerne erzählen, was ich bei einer der großen Rechtsschutzversicherungs-Gesellschaften mit drei Buchstaben erlebt habe. Genauer gesagt hatte ich dort mal eine Rechtsschutzversicherung. Irgendwann rief mich eine Assistentin an und wollte einen Termin vereinbaren. Als ich sie fragte, worum es denn ginge, sagte sie „Weiß ich nicht, ich sollte nur einen Termin vereinbaren." Daraufhin bat ich sie, ihren Chef zu fragen, worum es denn konkret geht. Daraufhin habe ich nie wieder was von ihr gehört. So schaffst du wirklich Vertrauen bei deinen Kunden.

Versicherungsbote: Vielen Dank für das Interview!

Anzeige

Weitere Nachrichten zu den Themen: Speaker Praxis Martin Limbeck Bestseller Autor Versicherungsvertrieb Erfolg Interview Beratungsgespräch

Autor: Jenny Müller

Artikel empfehlen

Anzeige

Stellenanzeigen

13.01.2015 Redakteur (m/w)

01.11.2015 Trainerin/Trainer (Schulungsleiterin/Schulungsleiter)

Stellenmarkt auf Versicherungsbote.de

Verwandte Artikel

Praxis 06.11.2015
Interview Dr. Alexander Matijevic: Drohnenversicherung: Noch Skepsis bei den Versicherungsgesellschaften

Netzwelten 04.11.2015
Interview InnoVario: Startups – Bedrohung oder geniale Partner?

Praxis 08.10.2015
Psychologie: Eine einfache Übung für mehr Willensstärke

Praxis 29.09.2015
Interview Vanessa Köneke: Versicherungsbetrug ist ein großes Problem, aber kein Volkssport

Praxis 14.07.2015
Anlageberatung: Infinus-Skandal: Worauf gebundene Vermittler bei der Anlageberatung achten müssen

Neu in dieser Kategorie

Praxis 06.11.2015
Interview Dr. Alexander Matijevic: Drohnenversicherung: Noch Skepsis bei den Versicherungsgesellschaften

Praxis 03.11.2015
Richtig oder falsch?: Wechsel der KFZ-Versicherung: Von Mythen und Wahrheiten

Praxis 03.11.2015
Pizzeria will 3x nicht brennen: Pizzabäcker und Versicherungsvertreter scheitern an mutmaßlichem Versicherungsbetrug

Praxis 02.11.2015
Versicherungsvertrieb: IDD: Europäische Standards für den Versicherungsvertrieb werden längst getoppt

Praxis 02.11.2015
Vertragswerke: Anzeigepflichtverletzung - Über Folgen muss hinreichend aufgeklärt werden

Anzeige

Stellenanzeigen

13.01.2015 Redakteur (m/w)

01.11.2015 Trainerin/Trainer (Schulungsleiterin/Schulungsleiter)

Stellenmarkt auf Versicherungsbote.de

Cartoon

Finde uns auf Facebook

Finde uns auf Google+