



12. April 2016



Martin Limbeck

Nach dem Abschluss ist vor dem Abschluss - „Kunden brauchen Sicherheit!“

Wer den Kunden nach Abschluss sofort stehen lässt, fördert nicht nur den Vertragsrücktritt, sondern riskiert auch die langfristige Beziehung. Davon ist Verkaufsprofi Martin Limbeck überzeugt. Wie man diesem Schaden am besten vorbeugt? Dran bleiben – von der ersten Minute an.

von Martin Limbeck

„Sehr geehrter Herr X, hiermit widerrufe ich innerhalb der gesetzlichen Frist meinen am 01.04. abgegebenen Vertrag über den Abschluss der Altersvorsorge XL Plus.“ Schluck. Das hat gesessen. Sicher haben Sie solche Schreiben auch schon aus Ihrem Briefkasten gefischt. Keine schöne Sache, denn bis zu diesem Moment hast du dich noch in völliger Sicherheit gewogen. Überzeugt davon, dass dein Kunde nach der Vertragsunterzeichnung absolut zufrieden war. Heute weiß ich, dass das ein klassischer Anfängerfehler ist. Merken Sie sich eins: Nach dem Auftrag ist immer vor dem Auftrag!

Nach Abschluss den Kunden nicht „im Regen stehen lassen“

Stellen Sie sich vor, Sie haben gerade einen schicken Neuwagen gekauft. Der Verkäufer beglückwünscht Sie und bietet Ihnen ein Glas Champus an, um mit Ihrer Partnerin auf den Kauf anzustoßen. Szenenwechsel: Die Tinte auf dem Vertrag ist noch nicht ganz trocken, der Berater jedoch schon über alle Berge. Schließlich ist Freitagnachmittag und der Feierabend ruft. Hand aufs Herz: In welcher Situation würden Sie sich wohler fühlen? Ihr Kunde braucht auch nach dem Kauf die Sicherheit, eine gute Entscheidung getroffen zu haben. Wenn Sie sich nach dem Motto „Auftrag eingesackt, nix wie weg!“ davon machen, bleibt er völlig ratlos zurück. Mit Sicherheit wird er sich dann fragen, ob er doch die Katze im Sack gekauft hat, weil Sie so schnell abgehauen sind. Und ehe Sie sich versehen, bedauert er, dass er so kurz entschlossen gehandelt und nicht doch noch ein anderes Angebot eingeholt hat. Oder er hat das Gefühl, dass Sie ihm die Versicherung aufgedrängt haben. Und schon reift in Ihrem eben noch glücklichen Klienten der Entschluss, den Auftrag zu stornieren.

Vertrauen schaffen und Kundenbindung stärken

Die gute Nachricht: Sie können diesem Dilemma vorbeugen, indem Sie dran bleiben. Gratulieren Sie Ihrem Kunden mit einem festen Händedruck zu seinem Auftrag und lächeln Sie ihn dabei an. Und versichern Sie ihm, dass er sich bei Fragen immer persönlich an Sie wenden kann. Direkt einen Stein im Brett haben Sie, wenn Sie Ihrem Geschäftspartner Ihre Handynummer auf die Visitenkarte schreiben, begleitet von den Worten „damit Sie mich jederzeit erreichen können, wenn Sie noch eine Frage haben sollten“. Ich versichere Ihnen, er wird Sie mit 99%iger Wahrscheinlichkeit niemals auf dieser Nummer anrufen. Hier geht es vor allem ums gute Gefühl. So machen Sie Ihre Kunden zu Fans!

Sie haben es trotzdem vergeigt? Dann sollten Sie zumindest die Möglichkeit nutzen, aus Ihrem Schaden klug zu werden. Denn wenn ein Kunde storniert, liegt es immer an Ihnen. Was viele Verkäufer erst lernen müssen: Dieser Job erfordert Fingerspitzengefühl. Pushst du den Interessenten zu sehr, fühlt er sich überrumpelt. Gibst du zu wenig Gas, wird er sich nicht festlegen. Also greifen Sie zum Hörer und fragen Sie freiheraus, was schief gelaufen ist. Das erfordert zwar ein bisschen Mumm, doch nur so können Sie sich kontinuierlich verbessern.

Der Autor

Martin Limbeck ist Inhaber der Martin Limbeck® Training Group, Experte für Blended Learning Systeme und einer der meistgefragten und renommiertesten Business-Speaker und Verkaufs-Spezialisten auf internationaler Ebene. Bis heute trat er bereits in mehr als 20 Ländern auf der ganzen Welt auf. Nicht nur in seinen provokativen und motivierenden Vorträgen, sondern auch in den umsetzungsorientierten Trainings steht das progressive Verkaufen in seiner Ganzheit im Mittelpunkt. Dies hat den Certified Speaking Professional 2011 (CSP), International Speaker of the Year 2012 und Top-Speaker of the Year 2014 zu einem der effektivsten und wirksamsten Redner gemacht.

» Weiterempfehlen

» Kommentieren

» Drucken

Ähnliche News

- » Ständige Versammlung vertritt österreichische Mitglieder im BiPRO e.V.
- » Dialog in Österreich mit hohem Bestandwachstum und weniger Neugeschäft
- » D&O: Österreichs Markt dominieren ausländische Anbieter
- » Jetzt neu: Kfz-Vorschadenbesichtigung mit der Broker App
- » Meilensteine am Vorsorge-Markt

Anzeige

Dialog: Lebensversicherung AG

Bei Uns:
Das Gesamtpaket

Die Summe bester
Komponenten

Jetzt BU-Infomappe bestellen!

