

Berater

Interessieren statt informieren: Setzen Sie auf Kundennutzen statt Faktenflut!

Verkaufen heißt, andere zu Taten zu bewegen. Fünf Tipps helfen Ihnen dabei, im Verkaufsgespräch sicherzustellen, dass Sie gegenüber Ihren Kunden die richtigen Signale senden. *Die Limbeck-Kolumne*



„Sehr geehrter Herr Schulze, gerne möchte ich Ihnen heute unser neues Produkt, die Rentenzusatzversicherung 1A, vorstellen. Schon ab 25 Euro im Monat können Sie bei uns jetzt fürs Alter vorsorgen. Wir verzinsen die Sparanteile der von Ihnen gezahlten Beiträge mit mindestens 1,25 Prozent im Jahr, zusätzlich erhalten Sie bis zum Rentenbeginn eine Gewinnbeteiligung in Höhe von 1,95 Prozent pro Jahr ...“

Spätestens an dieser Stelle wird Herrn Schulze der Kopf brummen. Leider neigen viele Verkäufer in ihrer Aufregung dazu, direkt mit der Tür ins Haus zu fallen. Nach dem Motto „viel hilft viel“ überrumpeln sie ihren Gesprächspartner regelrecht und übergießen ihn mit einer kalten Informationsdusche. Was viele dabei übersehen: So wird garantiert kein Funke der Begeisterung auf den potenziellen Kunden überspringen.

„What’s in it for me?“

Natürlich sind Sie als Berater Experte für Ihr Produkt. Kleiner Tipp: Das weiß Ihr potenzieller Kunde auch! Daher ist es gar nicht nötig, dass Sie mit Zahlen, Daten und Fakten um sich werfen. Selbst wenn sich Ihr Gesprächspartner bemüht, wird es ihm bald wie Herrn Schulze gehen und er wird das Handtuch werfen. „What’s in it for me?“ – „Was springt für mich dabei raus?“

Mehr zum Thema Coaching für Finanzberater



Kundenbetreuung: Die Macht der Emotionen



Erfolgreich Verkaufen durch „Verpositivierung“



Beratung unter Strom

In den USA habe ich immer wieder festgestellt, dass der Kunde aktiv seinen Nutzen einfordert und genau wissen will, welche Vorteile ihm das Produkt oder die Dienstleistung bieten. In Deutschland sieht das nicht anders aus, bloß trauen sich viele Kunden nicht, so bestimmt aufzutreten. Verpassen Sie daher bitte vor lauter enthusiastischem Spezialistengeplauder nicht, nutzenorientiert zu argumentieren.

Rufen Sie sich mal einen x-beliebigen Werbespot ins Gedächtnis. Na, fällt Ihnen was auf? Diese Spots zielen einzig und allein darauf, die Begeisterung der Fernsehzuschauer zu wecken. Es werden nur einige Informationen zum Produkt genannt, im Mittelpunkt stehen immer glückliche Kunden, die total happy mit ihrer Kaufentscheidung sind und häufig auch noch sagen, wieso das Produkt genau das richtige für sie ist.

Seite zwei: [Nicht beraten, sondern begeistern](#)

Drucken
Weiterleiten
Kommentieren

Teilen bei



Mehr zum Thema

Coaching für Finanzberater
Berater

Startseite

Kontakt

[Berater](#)

Interessieren statt informieren: Setzen Sie auf Kundennutzen statt Faktenflut!

Davon können Sie sich auch als Finanzberater eine ordentliche Scheibe abschneiden. Sprechen Sie gezielt die Bedürfnisse Ihrer Kunden an! Während der Handyanbieter zum Beispiel den Wunsch in uns weckt, zu den "First Movern" zu gehören, die als Erste das neuste Gerät in der Hand halten, können Sie an das Sicherheitsbedürfnis Ihrer Klienten appellieren.

Meistgelesen im Ressort Berater



Versicherungen für Immobilienbesitzer: Die sechs wichtigsten Policen



Der Verrat an der Riester-Rente



BU: Keine Beraterhaftung bei Falschangaben

Lassen Sie abstrakte Prozentzahlen außen vor, sondern rechnen Sie Ihrem Gesprächspartner anhand eines einfachen Beispiels vor, wie viel Rente er bei einer monatlichen Einzahlung von gerade mal 100 Euro bereits erhalten würde. Denn das ist es, was Ihr Gegenüber wirklich interessiert. Bieten Sie ihm einen konkreten Nutzen, anstatt ohne Punkt und Komma auf ihn einzureden.

Verkaufen heißt, andere zu Taten zu bewegen. So einfach ist das. Das soll natürlich nicht heißen, dass Sie Ihrem Gegenüber auf Gedeih und Verderb eine Versicherung andrehen sollen. Wenn Ihr Kunde merkt, dass Sie nur etwas an den Mann bringen wollen, haben Sie sowieso verloren. Dennoch sollten Sie das Wichtigste nie aus den Augen verlieren: den Abschluss.

Nicht beraten, sondern begeistern!

Viele Verkäufer scheuen sich davor, vor dem Kunden zuzugeben, wozu sie hier sind. Aus meiner Sicht ist das völliger Blödsinn. Natürlich ist Ihrem Kunden klar, dass Sie mit ihm nicht nur über das schöne Wetter plaudern, sondern ihm im Idealfall auch etwas verkaufen wollen. Beraten ist einer der fünf Gänge, jedoch nicht das Menü. Und es wäre doch schade, wenn Ihr Gegenüber das Dessert ausschlägt, weil er sich bereits am Hauptgericht überfressen hat.

Daher ein wichtiger Rat: Servieren Sie nicht zu viele Gerichte! Denn es geht im Verkaufsgespräch nicht darum, das Produkt zu erklären. Sondern einzig und allein um den Auftrag. Fokussieren Sie sich daher auf Ihr Gegenüber und versuchen Sie herauszufinden, was ihm wichtig ist, welche Bedürfnisse und Erwartungen er zum Beispiel an eine für ihn passende Lebensversicherung stellt.

Seite drei: [Kundenbedürfnisse haben oberste Priorität](#)

Drucken
Weiterleiten
Kommentieren

Teilen bei



Mehr zum Thema

[Coaching für Finanzberater
Berater](#)

[Startseite](#)

[Kontakt](#)

Berater

Interessieren statt informieren: Setzen Sie auf Kundennutzen statt Faktenflut!

Bedenken Sie immer: Sie verkaufen an Menschen, nicht an Roboter. Daher reicht es nicht, wenn Sie einfach nur sachlich die Vor- und Nachteile aufzählen. Sie verkaufen immer an Menschen, die von ihren Emotionen leben. Machen Sie es also wie die Werbespots im Abendprogramm: Geben Sie Ihren Kunden das Gefühl, dass Ihr Produkt genau das richtige für ihre Wünsche und Bedürfnisse ist. Hat der Bauch erst einmal "ja" sagt, ist der Weg zu einem positiven Verkaufsabschluss gar nicht mehr weit.

Meistgelesen im Ressort Versicherungen



Versicherungen für Immobilienbesitzer: Die sechs wichtigsten Policen



Der Verrat an der Riester-Rente



BU: Keine Beraterhaftung bei Falschangaben

Die folgenden fünf Tipps helfen Ihnen dabei, im Verkaufsgespräch auf der richtigen Fährte zu bleiben und sicherzustellen, dass Sie gegenüber Ihren Kunden die richtigen Signale senden.

1. Zeigen Sie direkt beim Gesprächseinstieg, dass bei Ihnen die Kundenbedürfnisse oberste Priorität haben: "Herr Kunde, wir haben eine neue Zusatzversicherung entwickelt. Was muss eine solche Versicherung ausmachen, damit Sie für Sie interessant ist?"

2. Haben Sie stets die Gestik und Mimik Ihres Kunden im Blick, um sicherzustellen, dass er Ihnen noch folgen kann! Ihr Gegenüber verkneift sich mit Mühe ein Gähnen, legt die Stirn in Falten oder starrt mit gläsernem Blick vor sich hin? Dann ist es höchste Eisenbahn für Sie, die Produktmerkmale verstärkt und vor allem verständlich in Vorteile und Kundennutzen zu übersetzen.

3. Auch wenn es ein alter Hut ist: Nennen Sie den Namen Ihres Gesprächspartners immer wieder. So fühlt er sich als Kunde ernstgenommen und es entsteht bei ihm das Gefühl, dass Sie ganz individuell auf seine persönliche Situation eingehen.

4. Verabschieden Sie sich von dem Glaubenssatz "Nur ein totgequatschter Kunde ist ein guter Kunde" – so denken nur unsichere Verkäufer. Oberste Priorität muss für Sie haben, dass Ihr Gesprächspartner Ihnen folgen kann, sonst hilft auch die beste Nutzenargumentation nichts. Setzen Sie daher gezielt Sprechpausen ein. So hat Ihr Gegenüber Zeit, die Informationen zu verdauen und Ihre Worte können ihre volle Wirkung entfalten.

5. Keine falsche Scheu: Sie sind Verkäufer, stehen Sie dazu! Bei aller Beratung sollte es immer Ihr erklärtes Ziel sein, den Kunden so zu begeistern, dass er den Abschluss sucht. Ansonsten ist es unfair: Wer seine Kunden nur berät, zwingt sie, woanders zu kaufen!

Martin Limbeck ist einer der renommiertesten Business-Speaker und Verkaufs-Experten auf internationaler Ebene. Er ist seit mehr als 20 Jahren Verkaufs- und Managementtrainer. Limbeck ist Inhaber der Martin Limbeck® Training Group, Lehrbeauftragter im Bereich Sales Management an der ESB Business School in Reutlingen sowie Dozent in der Führungskräfteweiterbildung der Universität St. Gallen. Er ist Mitglied des Club 55 und des Top-Trainer-Teams Salesleaders.

Foto: Nils Schwarz – Martin Limbeck Trainings

Drucken
Weiterleiten
Kommentieren

Teilen bei



Mehr zum Thema

Coaching für Finanzberater
Berater

Startseite

Kontakt