

Finanznachrichten auf Cash.Online > Rente

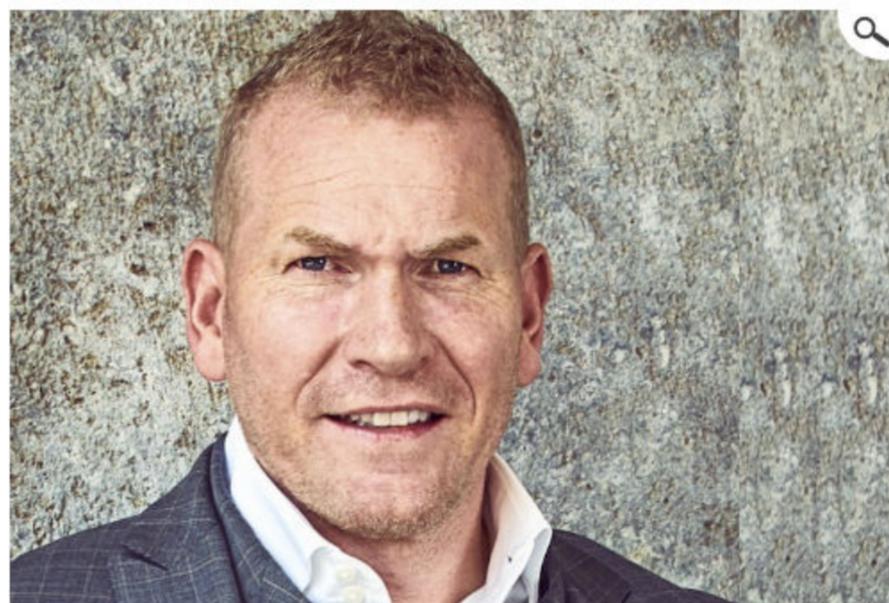
Teilen bei:

7. Februar 2017, 08:02

Berater

Sagen, was Sache ist: Ehrlich währt am längsten

Der Abschluss ist das erklärte Ziel. Wichtig ist es aber auch, dass Käufer und Verkäufer zufrieden aus den Verhandlungen gehen. Das kann nur gelingen, wenn der Abschluss nicht nur Ihr nächstes Abendessen sichert, sondern Ihrem Kunden auch die beste Lösung für seine Situation bietet.



"Gutes Verkaufen ist auf Nachhaltigkeit angelegt, auf eine langfristige Zusammenarbeit mit dem Kunden. Das impliziert auch ein ausbalanciertes Verhältnis von Geben und Nehmen."

Haben Sie mitbekommen, dass die [Verbraucherzentrale Hamburg](#) vor wenigen Tagen die "Mogelpackung des Jahres" bekannt gegeben hat? Das ist eine ziemlich unrühmliche Auszeichnung für ein Produkt, welches bei weniger Inhalt trotzdem für den gleichen oder sogar einen höheren Preis verkauft wird. Nicht schön.

Dennoch ist diese Taktik nach wie vor gang und gäbe, frei nach dem Motto "Was der Kunde nicht weiß, macht ihn nicht heiß". Ganz ehrlich: Das geht aus meiner Sicht gar nicht. Gute Verkäufer tun so etwas nicht, denn sie haben es gar nicht nötig. Betrügen trennt. Verkaufen vereint. So einfach ist das.

Betrügen trennt – Verkaufen vereint

Natürlich gibt es schon mal Phasen, in denen das Geschäft nicht so gut läuft. Und Sie mit Blick auf Ihre [Provision](#) dringend ein paar Abschlüsse brauchen. Doch deswegen den Kunden das Blaue vom Himmel versprechen, damit sie ihre Unterschrift unter den Vertrag setzen?

Und ihnen am besten noch eine überflüssige Zusatzversicherung aufschwätzen? Ich finde so etwas skrupellos. Und es rächt sich auch. So sichern Sie sich zwar kurzfristig die Provision – langfristig leidet jedoch Ihr Ruf. Und den können Sie sich für kein Geld der Welt neu kaufen.

Für Topverkäufer zählt das Wohl des Kunden

Für Topverkäufer sollten immer das Wohl des Kunden und seine Bedürfnisse im Mittelpunkt stehen. Denn was haben Sie davon, wenn der Kunde sich im Nachhinein fragt, ob das wirklich alles nötig war. Und ob Sie als Verkäufer nicht etwas übereifrig waren.

Wenn es richtig dumm läuft, haben Sie zwei Tage später einen [Widerruf](#) in der Post. Ich kann es nicht oft genug sagen: Gutes Verkaufen ist auf Nachhaltigkeit angelegt, auf eine langfristige Zusammenarbeit mit dem Kunden. Das impliziert auch ein ausbalanciertes Verhältnis von Geben und Nehmen. Gute Verkäufer bleiben beim Verkaufen ehrlich, gerade und direkt.

Seite zwei: [Kein Geschwafel, kein Taktieren](#)Weiter lesen: [1](#) [2](#) [3](#)[Drucken](#) | [Kommentieren](#)
[Drucken](#)
[Weiterleiten](#)
[Kommentieren](#)

Teilen bei



Mehr zum Thema

[Coaching für Finanzberater](#)
[Berater](#)
[Startseite](#)[Kontakt](#)

MEHR ZUM THEMA COACHING FÜR FINANZBERATER



Berater

Abschlusstaktiken im Verkauf: Finale mit Wow-Effekt


Berater

Dirk Kreuter startet Vertriebsoffensive


Berater

Maklerwebseiten: Die acht größten Gestaltungsfehler
[Alle Themenseiten ...](#)

AKTUELLES AUS DEM RESSORT



Berater | Versicherungen

DRV-Präsidentin warnt vor Übertreibungen bei Altersarmut


Berater

Weiterbildung: Online-Schulung zum Pflegevertrieb


Berater

Sagen, was Sache ist: Ehrlich währt am längsten

MEISTGELESEN

[Patientenverfügung – fünf goldene Regeln](#)
[PKV: Die fairsten Anbieter](#)
[Fiktive Abrechnung in der Kfz-Haftpflicht: Gezerre um Sachverständigenkosten](#)
[Provisionsverlust: Kunde muss Versicherungsmakler nicht entschädigen](#)
[Urteil: Mieter müssen verspätete Nebenkosten-Abrechnung nicht zahlen](#)

UNTERNEHMEN IM FOKUS

Sponsored News

MEISTVERSCHICKT

[Patientenverfügung – fünf goldene Regeln](#)
[Wohnen zur Miete teurer als Immobilienkauf](#)
[Schiffahrtskrise: Eine ganz bittere Pille](#)
[Urteil: Mieter müssen verspätete Nebenkosten-Abrechnung nicht zahlen](#)
[Versicherungsvertrieb 2017: Die fünf Veränderungstreiber](#)



Finanznachrichten auf Cash.Online > Rente

Teilen bei:

7. Februar 2017, 08:02

Berater

Sagen, was Sache ist: Ehrlich währt am längsten

Ihr erklärtes Ziel – ok, natürlich der Abschluss. Sonst wären Sie kein guter Verkäufer. Doch darüber hinaus ist es entscheidend, dass beide Seiten zufrieden vom Tisch aufstehen. Und das gelingt nur, wenn der Abschluss nicht nur Ihr nächstes Abendessen sichert, sondern Ihrem Kunden auch die beste Lösung für seine Situation. Nur so kann eine dauerhafte Kundenbeziehung entstehen.

Frechheit siegt – mit Ehrlichkeit zum Kundentermin

Ehrlichkeit gilt für mich nicht nur im Verkaufsgespräch selbst. Ich bin Verkäufer, und dazu stehe ich. Wie sieht es mit Ihnen aus? Versuchen Sie eher, Ihr Angebot von hinten durchs Auge an den Mann zu bringen mit Sätzen wie: "Ich hätte da ein tolles Angebot, was Ihnen bestimmt gefallen könnte ...?"

So bitte nicht! Natürlich wollen Sie von Ihrem Gegenüber etwas – nämlich einen Termin und bestenfalls einen Abschluss. Doch mit so einem konjunktivischen Gekrieche nimmt Sie niemand ernst.

Begegnen Sie Ihren Kunden auf Augenhöhe

Begegnen Sie Ihren potenziellen Klienten lieber von Anfang an auf Augenhöhe. Sagen Sie selbstbewusst, was Sache ist und signalisieren Sie so, dass Sie ein starker und verlässlicher Partner sind, wenn es um die persönliche Absicherung geht.

Wie wäre es mit folgendem Einstieg: Verkäufer: "Guten Tag Herr Ibes, wir kennen uns noch nicht persönlich. Das möchte ich gerne ändern, denn unser gemeinsamer Bekannter Herr Martens hat gemeint, dass wir für Sie der richtige Partner in Sachen Hausfinanzierung sein könnten. Wollen wir am kommenden Dienstag um elf Uhr darüber sprechen?"

Kein Geschwafel, kein Taktieren, keine Worthülsen

Alle Wette, dass Ihr Gesprächspartner mit so einem Einstieg nicht rechnet. Seien Sie direkt, offen, ehrlich, authentisch, kein Geschwafel, kein Taktieren, keine Worthülsen! Das kommt an – und mit großer Wahrscheinlichkeit wird Ihr potenzieller Kunde offen für Ihr Terminangebot sein.

Das gleiche Prinzip gilt auch für den Einstieg ins persönliche Kundengespräch. Kommen Sie zur Sache und halten Sie Ihr Gegenüber nicht ewig mit mit Small Talk à la "Wie geht's Ihnen?" auf. Schließlich weiß er doch, dass Sie als Verkäufer wegen eines Auftrags da sind. Seien Sie also ehrlich und aufrichtig, statt um den heißen Brei herumzureden.

Seite drei: [Fünf Fettnäpfchen beim Gesprächseinstieg](#)

Weiter lesen: 1 2 3

[Drucken](#) | [Kommentieren](#)Drucken
Weiterleiten
Kommentieren

Teilen bei



Mehr zum Thema

Coaching für Finanzberater
Berater

Startseite

Kontakt

MEHR ZUM THEMA COACHING FÜR FINANZBERATER



Berater

Abschlusstaktiken im Verkauf: Finale mit Wow-Effekt

Berater

Dirk Kreuter startet Vertriebsoffensive

Berater

Maklerwebseiten: Die acht größten Gestaltungsfehler[Alle Themenseiten ...](#)

AKTUELLES AUS DEM RESSORT



Berater | Versicherungen

DRV-Präsidentin warnt vor Übertreibungen bei Altersarmut

Berater

Weiterbildung: Online-Schulung zum Pflegevertrieb

Berater

Sagen, was Sache ist: Ehrlich währt am längsten

MEISTGELESEN

Patientenverfügung – fünf goldene Regeln

PKV: Die fairsten Anbieter

Fiktive Abrechnung in der Kfz-Haftpflicht: Gezerre um Sachverständigenkosten

Provisionsverlust: Kunde muss Versicherungsmakler nicht entschädigen

Urteil: Mieter müssen verspätete Nebenkosten-Abrechnung nicht zahlen

UNTERNEHMEN IM FOKUS

HDI
SwissLife

Teilen bei: [f](#) [t](#) [g+](#) [x](#) | [✉](#)

7. Februar 2017, 08:02

Berater

Sagen, was Sache ist: Ehrlich währt am längsten

Fünf Fettnäpfchen beim Gesprächseinstieg, vor denen Sie sich in Acht nehmen sollten:

1. "Haben Sie gut hergefunden?" Ganz ehrlich: Blöder geht es nicht. Was soll Ihr Kunde darauf sagen, wenn er Ihnen gegenübersteht? Im besten Falle beweist er Humor und antwortet mit "Ja, sonst wäre ich ja nicht hier!". Schlimmstenfalls hält er Sie schon für einen Einfaltspinsel, bevor Sie überhaupt in das Verkaufsgespräch eingestiegen sind.

2. Small Talk nur, wenn der Kunde anfängt. Wurde Ihnen auch beigebracht, dass Gesprächspausen peinlich sind? Und das es unhöflich ist, direkt mit der Tür ins Haus zu fallen? Ich sehe das nicht so. Ihr Gegenüber weiß genauso, warum es sich bei Ihrem Termin dreht. Sie wollen ihm etwas verkaufen. Also sagen Sie es einfach, anstatt mit Hohlphrasen über das Wetter wertvolle Zeit zu vergeuden!

3. Small Talk ist nicht per se falsch. Ganz im Gegenteil: Small Talk ist wichtig für eine gute Gesprächsatmosphäre, die dazu beiträgt, den Kunden in Kauflaune zu bringen. Doch eben nur, wenn es auch passt.

Sie können zum richtigen Zeitpunkt mit dem passenden Kunden über alles reden, inklusive Politik, Religion, Sex und andere ansonsten heikle Themen. Aber eben nicht zu Beginn oder am Ende einer Geschäftsbeziehung. Hier ist Fingerspitzengefühl gefragt.

4. "Schön, dass Sie sich dafür entschieden haben, die Nummer eins am Markt kennenzulernen!" Wenn es stimmt, gut. Ansonsten: Lassen Sie es. Ihr Gegenüber ist nicht blöd. Wahrscheinlich hat er schon im Vorfeld recherchiert oder sogar Angebote eingeholt. Haben Sie Ihren Vertrauensvorschuss direkt verspielt, können Sie den Abschluss eigentlich schon knicken. Oder würden Sie bei jemandem kaufen, der ganz offensichtlich auf die Vortäuschung falscher Tatsachen setzt?

5. Vermeiden Sie 08/15-Phrasen. "Ich möchte Ihnen heute ein super Angebot machen!" Gäh. In der Werbung, im Supermarkt, im Internet – wohin wir auch schauen, werden wir mit Angeboten überhäuft. Und alle sind natürlich "Knaller", "Spitze" und "unschlagbar". Wieso sollte Ihr Kunde ausgerechnet bei Ihnen schwach werden?

Weil Sie ihm kein Angebot machen, sondern ihm die Erfüllung seiner Bedürfnisse versprechen! Wie wäre es also mit einem Einstieg à la "Sie möchten sich rundum sicher fühlen, wenn Sie verreisen?" oder "Gemeinsam schauen wir uns heute an, wie Sie Ihren Traum vom Eigenheim noch dieses Jahr realisieren können!" Das klingt doch schon viel verlockender, oder?

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: Philip Reichwein

Drucken
Weiterleiten
Kommentieren

Teilen bei



Mehr zum Thema

Coaching für Finanzberater
Berater

Startseite

Kontakt

MEHR ZUM THEMA COACHING FÜR FINANZBERATER



Berater

Abschlusstaktiken im Verkauf: Finale mit Wow-Effekt



Berater

Dirk Kreuter startet Vertriebsoffensive



Berater

Maklerwebseiten: Die acht größten Gestaltungsfehler

[Alle Themenseiten ...](#)

AKTUELLES AUS DEM RESSORT



Berater | Versicherungen

DRV-Präsidentin warnt vor Übertreibungen bei Altersarmut



Berater

Weiterbildung: Online-Schulung zum Pflegevertrieb



Berater

Sagen, was Sache ist: Ehrlich währt am längsten

MEISTGELESEN

Patientenverfügung – fünf goldene Regeln

PKV: Die fairsten Anbieter

Fiktive Abrechnung in der Kfz-Haftpflicht: Gezerre um Sachverständigenkosten

Provisionsverlust: Kunde muss Versicherungsmakler nicht entschädigen

Urteil: Mieter müssen verspätete Nebenkosten-Abrechnung nicht zahlen

UNTERNEHMEN IM FOKUS

Sponsored News

MEISTVERSCHICKT

Patientenverfügung – fünf goldene Regeln

Wohnen zur Miete teurer als Immobilienkauf