

Signal Iduna und Bernd W. Klöckner

Einfach besser ankommen!



Ein neues mehrstufiges Beratungskonzept der Signal Iduna in Zusammenarbeit mit dem Rechentrainer und Autor Bernd W. Klöckner war Grund für das Versicherungsmagazin, bei ihm und Torsten Uhlig von der Signal Iduna nachzufragen.

VM: Weshalb setzen Sie bei der Schulung Ihres Vertriebs im Rahmen Ihres Verkaufskonzeptes „Einfach besser ankommen!“ auf den Trainer Bernd W. Klöckner?

Torsten Uhlig: Wir haben einen Partner gesucht, der unser neues Verkaufskonzept authentisch und mit Überzeugung verkörpert und vermitteln kann. Wir sehen in Bernd W. Klöckner eher den erfahrenen Verkäufer als einen Trainer. Uns hat die Leidenschaft begeistert, mit der er seinen Beruf als Verkäufer lebt. Er vereint langjährige Praxis mit einer brillanten Rhetorik, bildhafter Sprache und wichtigen Aspekten aus der Verkaufspsychologie. Damit hat er unseren Verkäufern ganz neue Impulse geben können. Und – das war das Verbindende – er konnte sich

voll mit dem Gesamtkonzept „Einfach besser ankommen!“ identifizieren.

VM: Was steckt hinter dem neuen mehrstufigen Verkaufskonzept?

Torsten Uhlig: Das Verkaufskonzept „Einfach besser ankommen!“ ist ein mehrstufiger Beratungsprozess, der sich bewusst über mehrere Kundentermine erstrecken soll. Denn nur wenn der Kunde die einzelnen Beratungsschritte und die Vorgehensweise nachvollziehen kann, führt das bei ihm zu einer hohen Akzeptanz für die Beratungsleistung und zu einem „Wohlgefühl“. Natürlich berücksichtigen wir wesentliche Einflussfaktoren wie Steuern, Sozialabgaben und vor allem Kaufkraftverlust.

VM: Mit welchen Vertriebszielen gehen Sie in diese Kampagne?

Torsten Uhlig: Wir haben gemeinsam

mit den regionalen Vertriebsverantwortlichen klare Vorstellungen erarbeitet, in welcher Anzahl Beratungen nach dem Konzept „Einfach besser ankommen!“ in den Filialdirektionen stattfinden sollen. Das Ziel ist es natürlich, durch das Beratungskonzept die Resultate der „praktizierenden“ Einheiten zu vervielfältigen.

VM: Werden nur die Ausschließlichkeitsagenten der Signal Iduna mit diesem Konzept vertraut gemacht oder gibt es dies oder Ähnliches auch für Versicherungsmakler?

Torsten Uhlig: Im ersten Schritt haben wir flächendeckende Informationsveranstaltungen für unseren Exklusivvertrieb durchgeführt. Noch im ersten Halbjahr 2010 planen wir gemeinsam mit der Signal Iduna Vertriebspartnerservice AG (www.sivp.de) auch unseren freien Vertriebspartnern dieses Beratungskonzept und unsere neue Software in einer maklergerechten Version vorzustellen.

VM: Viele sprechen wegen der anhaltenden Krise von einem derzeit grotten-schlechten Geschäft bei der Lebensversicherung. Kommt Ihr Konzept zur falschen Zeit?

Torsten Uhlig: Nein – ganz im Gegenteil. Ihre Aussage zum Geschäftsverlauf trifft



„Durch unser Beratungskonzept werden Kunden gerade in Krisenzeiten ihre finanziellen Ausgaben neu priorisieren.“

Torsten Uhlig, Marketingleiter der Signal Iduna



In einem Theaterstück machte **Bernd W. Klöckner** (www.berndwklöckner.com) den Vermittlern der Signal Iduna deutlich, wie ein Beratungsgespräch optimal geführt wird. VM befragte ihn und Signal Iduna-Marketingchef **Torsten Uhlig** zu dem neuen Konzept.

meiner Meinung nach in erster Linie auf den reinen Produktverkauf in Sachen Altersvorsorge zu. Durch unser Beratungskonzept gelangen unsere Kunden zu der Erkenntnis, gerade in Krisenzeiten die finanziellen Ausgaben neu zu priorisieren – im eigenen Interesse und die Zukunft im Blick. Sie wissen, dass der Zeitfaktor durch den Zinseszineffekt gerade in der Altersvorsorge eine entscheidende Rolle spielt. Die dringend erforderliche private Vorsorge wegen des schwierigen konjunkturellen Umfelds aufzuschieben, ist das falsche Signal. Wer rechtzeitig anfängt, kann sein Sparziel mit überschaubaren Beiträgen leichter erreichen. Ganz abgesehen davon sind die Kunden zurzeit sehr aufgeschlossen für sicherheitsorientierte und dennoch lukrative Sparformen. Auch dafür – neben der qualifizierten Beratung – stehen wir als Signal Iduna Gruppe.

VM: Herr Klöckner, was sollte ein Finanzverkäufer tun, um gerade jetzt erfolgreich zu sein?

Bernd W. Klöckner: Der Finanzverkäufer hat eine Aufgabe: Mit den Menschen über Geld sprechen. Es einfach tun. Mit Leidenschaft. Aus gelebter Identität. Mit Stolz. Aufhören mit Filtern und Sortieren nach dem Motto „Den spreche ich an“ und „Den spreche ich nicht an“. Die Zeiten für Finanzverkäufer waren nie besser. Die Menschen haben ein Recht auf Beratung und ein Recht auf Abschluss!

VM: Was ist das Geheimnis des Erfolges für Finanzverkäufer?

Bernd W. Klöckner: Ganz einfach: eine möglichst hohe Kontakt- und Akquisequote. Alle Vorstände wünschen sich viele Verträge, die aus der Pipeline raus kommen sollen. Ich verstehe diesen Wunsch. Und ich sage: Voraussetzung dafür ist, dass etwas in die Pipeline hineinkommt. Und das geht nur über kompetente Akquise und neue Kontakte. Und da genau mangelt es vielfach.

VM: Was zeichnet das neue Konzept der Signal Iduna aus?

Bernd W. Klöckner: Alle haben getan, was sie am besten können. Die Mitarbeiter aus dem Marketing haben ihre Vorstellungen mit dem kombiniert, was ich als Verkäufer und externer Berater sprachlich, emotional und fachlich einbrachte. Das Ergebnis ist ein in den Details in der Finanzbranche derzeit einzigartiges Konzept. Kernstück ist die Beratungssoftware kombiniert mit dem Benutzerhandbuch. Der Außendienstpartner der Signal Iduna Gruppe hat somit einen konkreten, bis ins Detail ausgearbeiteten Leitfaden.

VM: Welchen Anteil hat die Software am Beratungserfolg?

Bernd W. Klöckner: Eine gute Software ist ein Muss. Und doch macht die Software nur 15 bis 20 Prozent des Erfolgs aus. Wissenschaftliche Studien beweisen: Rund 40 Prozent des Beratungserfolges geschieht dadurch, dass ein Kunde Dinge selbst tut. Rechnet, mitmacht und eingebunden ist! Zahlen und Ergebnisse mit eigenen Worten wiederholt! Ganz deutlich: Hier hat die Finanzbranche großen Nachholbedarf. Fachtrainings gibt es häufig, aber es fehlen praxisnahe, sofort umsetzbare Kommunikationstrainings. Denn 30 Prozent des Beratungserfolges macht die Chemie aus. Auch hier war es so: Im Konzept der Signal Iduna wurde großen Wert auf die Sprache, die Kommunikation und erfolgreichen Beziehungsaufbau gelegt.

VM: Muss ein Finanzverkäufer rechnen können?

Bernd W. Klöckner: Ja! Weil eine im richtigen Moment richtig berechnete Zahl mehr Emotionen beim Kunden auslösen kann als ein „Drumherum-Gerede“. Ich sage es deutlich: Wer als Finanzverkäufer nicht rechnen kann, ist ein so genannter „FinanzRater®“.

VM: Was macht das Konzept in der Praxis erfolgreich?

Bernd W. Klöckner: Es muss gelebt werden. Von allen. Es kann nicht sein, dass Vorstände, die ihre eigenen Konzepte niemals selbst ausprobiert und für sich selbst gerechnet haben, den Landesdirektoren sagen „Das musst Du tun. Das ist gut“. Oder Landesdirektoren, die es selbst nicht können, sagen Filialdirektoren „Das musst Du tun. Das ist gut“. Und Filialdirektoren, die es selbst nicht tun, sagen ihren Außendienst-Kollegen „Das zu tun ist eure Aufgabe. Das bringt Erfolg“. Auch hier: Bei der Signal Iduna erlebte ich wirklichen Spirit. Ich erlebte Vorstände, die sagten „Wir werden es selbst beherrschen und trainieren“. Landesdirektoren und Filialdirektoren verpflichteten sich ebenfalls. Das nenne ich Leidenschaft.

VM: Was macht Sie als Trainer und Berater erfolgreich?

Bernd W. Klöckner: Die Klöckner-Methode wird von mir und lizenzierten Trainern vermittelt. Alle Trainer müssen aktive Verkäufer sein. Wer über Verkaufen redet muss verkaufen. Wenn Sie mich persönlich fragen, sage ich Ihnen: 25 Jahre gelebter Verkauf bis heute, die Kenntnis der Finanzmathematik und die Kombination aus fachlicher, rechnerischer, emotionaler und sprachlicher Kompetenz. Dazu eine Menge Disziplin. Das ist alles. Wer als Verkäufer die Details erfolgreichen Verkaufens immer und immer wieder trainiert, weiß, dass Finanzverkäufer einer der schönsten Berufe ist, die es gibt!

Das Interview führte Bernhard Rudolf.

Verkauf Die drei Gesetze der Erfolgslogik

Nur wer seine Komfortzone verlässt und mit viel Enthusiasmus sowie Feuereifer seinen Job macht, kann langfristig erfolgreich sein. Ein flammendes Plädoyer.

Bevor ich beginne, ein Hinweis: Alles, was ich sage, ist gut gemeint. Ob es gut ankommt, weiß ich nicht. Im Zweifel gilt: Ich will Sie nicht in Ruhe lassen – weil ich Sie mag. Gewachsen sind Sie und ich an den Menschen, die ernsthaftes Interesse an uns hatten und uns nicht in Ruhe ließen. Die uns forderten.

Ich beginne und sage Ihnen: Du kannst alles, wirklich alles erreichen, wenn Du erstens das Richtige tust, wenn Du zweitens das Richtige richtig tust und wenn Du drittens das Richtige oft genug tust.

Ich gebe Ihnen eine Beispiel aus der Ausbildung in Artistenfamilien. Die alles

entscheidende Gesetzmäßigkeit in diesen Künstlerfamilien lautet: Du musst üben, üben, üben. Die alten Artistenlehrer wissen: Erst dann, wenn Du es im Schlaf beherrschst, kannst Du für Dein Publikum da sein. Die alles entscheidende Frage lautet: Beherrschen Sie die notwendigen Details für Ihre Verkaufs- und Beratungsprozesse im Schlaf? Beherrschen Sie die entscheidenden Elemente der Kommunikation, der Psychologie, des Fachwissens, der angewandten Finanzmathematik im Schlaf?

Ich provoziere: Beenden wir diese Meetings, in denen immer und immer wieder neue und teuer erstellte Unterlagen oder Softwareprogramme um Details verfeinert werden und die nur deswegen eingebracht werden, weil diverse Personen in einer Organisation als Urheber einer neuen Idee auftreten wollen. Ich sage Ihnen als Versiche-



Foto: Silvia Ottaviano - Fotolia.com

IN KÜRZE

In diesem Artikel lesen Sie:

- Seien Sie jeden Tag mit Begeisterung bei Ihrer Arbeit und „rennen jedem Ball hinterher“.
- Beenden Sie das bloße Sprechen über den Verkauf, handeln Sie (endlich).
- Verlassen Sie Ihre Komfortzone und werden (endlich) aktiv.

rungsvermittler oder als Finanzverkäufer: Es ist alles da, was Sie brauchen. Alles, was Sie tun müssen, ist, das Richtige zusammenstellen, das Richtige tun, es richtig tun und immer und immer wieder tun.

Machen Sie es konkret. Stellen Sie sich ein persönliches 90-Tage-Programm zusammen. Dieses Programm könnte lauten: „Ich spreche die kommenden 90 Tage mit mindestens drei Menschen am Tag über die künftige Konsumfähigkeit.“ Die Trainerin Ruth Watty und ich erfanden das Wort „Konsumfähigkeit“. Diese Wort löst weitaus mehr aus als: „Ich möchte mit Ihnen

über die Altersvorsorge sprechen.“ (Sie ahnen es!) Eine Person, die als Finanzverkäufer so handelt, gerät unweigerlich in den Zustand des Erfolgs!

Komfortzone verlassen

Aber es ist auch eine Tatsache, dass die meisten Menschen noch nicht einmal 90 Tage im Jahr ihre Komfortzone verlassen (wollen). Wirklich ungeschickt. Weil: Vom Erfolg träumen und noch nicht einmal 90 Tage die eigene Komfortzo-



Bernd W. Klöckner ist Verkaufsprofi und Erfolgs-Verkaufstrainer. Kontakt: mail@berndwκλοeckner.com, Info: www.berndwκλοeckner.com

ne verlassen wollen, funktioniert einfach nicht! Doch: Verkaufskenner gibt es viele. Verkaufskönner nur wenige. Verlassen Sie also Ihre Komfortzone! Werden Sie Verkaufskönner!

Begeistert potenzielle Kunden ansprechen

Frank Bettger berichtet in seinem Buch „Lebe begeistert und gewinne“ von der Zeit, in der er Footballspieler war. Sein Stern war gesunken. Er saß als Ersatzspieler auf der Bank. Dann fragte er seinen Trainer, der zugleich sein Freund war: „Was ist los? Wieso sitze ich auf der Ersatzbank?“ Und sein Trainer und Freund antwortete: „Du bist nicht mehr mit Begeisterung dabei, obwohl Du einer der Besten bist, läufst Du nicht mehr jedem Ball hinterher, Du bist zu faul.“

Das klingt ebenfalls hart, aber es ist die Wahrheit! Ich frage Sie: Sind Sie noch mit wahrer Begeisterung dabei und laufen jedem Ball hinterher? Ich betone: Das gilt für Sie als Verkäufer, das gilt für Sie als Führungskraft und ebenso als Verkaufsvorstand. Sorgen Sie dafür, dass Sie als Verkäufer mit Ihrer Leidenschaft und Begeisterung ein Dream-Team-Typ sind. Sorgen Sie als Führungskraft dafür, dass Sie selbst brennen und dann Ihre Begeisterung in Ihren Mitarbeitern anzünden. Sorgen Sie dafür, dass Sie ein Dream-Team haben.

Schluss mit den Organisationen und Unternehmungen, in denen alle vom Verkauf erzählen und den Verkauf for-

dern, doch keiner tut mehr etwas. Werden wir gemeinsam wieder zu begeisterten Vertriebsvorständen, zu Verkaufskönnern, die leben und können, was ihre Landesdirektoren und die Menschen in ihrer Organisation leben und können sollen.

Werden wir gemeinsam wieder zu begeisterten Filial- und Vertriebsdirektoren, die als Verkaufskönner leben und können, was ihre Agenturleiter und die Menschen in ihrer Organisation leben und können sollen.

Und werden wir gemeinsam wieder zu begeisterten Agenturleitern, die als Verkaufskönner leben und können, was die Menschen in ihrer Organisation leben und können sollen.

Sorgen wir gemeinsam dafür, dass wir als Finanzverkäufer leben und selbst das tun, was wir von unseren Kunden verlangen – die künftige Konsumfähigkeit sichern.

Auf jeden Fall jedem Ball hinterherlaufen

Mit einem abgebrannten Streichholz können Sie niemanden und nichts entzünden. Dann und nur dann, wenn Sie begeistert leben und können, was Sie von anderen verlangen, nur dann werden Sie eine Organisation, eine Unternehmung aus Dream-Team-Verkäufern aufbauen. Sorgen Sie dafür, dass Sie „jedem Ball“ hinterherlaufen. Sorgen Sie dafür, dass Sie ein Dream-Team aus Verkäufern aufbauen, die alle begeistert jedem Ball hinterherlaufen. Viel Erfolg! ■