

versicherungs magazin

DIE ZEITSCHRIFT FÜR FINANZDIENSTLEISTUNGEN UND VERTRIEB

Assistance

Markt der Zukunft

Alte Hasen: Kein
Prüfungsstress

Lebensparte: Im
Griff des Fiskus

Verkaufserfolg

Die Magie der Verkaufstherapie

Gute Verkäufer können von Therapeuten als Meister im Anregen, Fördern und Unterstützen lernen – und dabei wertvolle Sichtweisen und neue Impulse für Erfolg im Verkauf gewinnen.

Foto: iStock/Karl Dolenc

■ Gewinner im Verkaufswettbewerb werden in Zukunft die Verkäufer sein, die neben der fachlichen auch emotionale und kommunikative Kompetenz trainieren. Die Voraussetzung ist dabei die Arbeit mit den inneren Bildern der Kunden. Denn wenn Verkäufer auf die inneren Bilder ihrer Kunden eingehen, entsteht Beziehung. Das ist nicht der Fall, wenn Verkäufer überwiegend oder ausschließlich auf strukturierte, weil durch die eingesetzte Software vorgegebene Beratung setzen.

Eine Beziehung zwischen zwei Personen entsteht, wenn beide durch mindestens eine Sache, eine Eigenschaft oder einen gemeinsamen Fokus miteinander verbunden sind. Auf die Verkaufspraxis übertragen: Wenn ein Kunde auf eine individuelle Frage fokussiert ist, der Verkäufer jedoch auf die Reihenfolge der eigenen Software fokussiert ist, dann ist das eine Nicht-Beziehung. Entscheidend ist die Reihenfolge. So wie ein guter Therapeut zunächst in die Bilder und Geschichten des Klienten einsteigt und dann nach und nach mit den eigenen Interventionen und Methoden Veränderung anregt, fördert und unterstützt, so steigen gute Versicherungsvermittler zunächst in die Welt, in die inneren Bilder ihrer Kunden ein und fördern und unterstützen erst im zweiten Schritt – dann mit klaren abzuarbeitenden

Schritten mittels Software und unter Beachtung aller relevanten Faktoren – den notwendigen Veränderungsprozess. Die Botschaft für den ersten Schritt lautet: frei von jedem Ziel in die Welt des Kunden einsteigen. Der diesen Prozess begleitende Satz an den Kunden könnte lauten „Lieber Kunde, legen Sie einfach mal los, sprechen Sie so über Geld, wie Ihnen alles in den Sinn kommt, ob Ausbildung der Kinder, die Finanzierung des Autos, der ausreichende Kapitalaufbau ...“

Der Kunde ist stets kompetent

Dieser Einstieg in die inneren Bilder des Kunden ist ein wichtiger Schritt für erfolgreichen Beziehungsaufbau. Trotzdem wird so oder ähnlich nur selten in Verkaufs- und Beratungsprozessen gesprochen. Denn vielen Vermittlern fehlt es an rechnerischer und sprachlicher Kompetenz, um sofort in die Welt und in die Bilder eines Kunden einzusteigen, wenn diese Finanzwelt und diese Bilder von der programmierten Reihenfolge einer Beratungssoftware abweichen.

In der ersten Phase eines Verkaufs- und Beratungsprozesses gibt es ein weiteres Element aus therapeutischen Beratungsprozessen. Es ist die Frage der Kompetenz. Was auch immer Kunden zu Beginn sagen, ist kompetent. Wie auch im-

mer Kunden in der Vergangenheit entschieden haben: Es ist kompetent! Denn Menschen verändern sich leichter, wenn sie sich kompetent fühlen.

Der Kunde ist der Experte!

Die Fortsetzung dieses Gedankens lautet: Der Kunde ist der Experte! Lassen Sie ihn das spüren, etwa mit den Worten: „Lieber Kunde, mein Wunsch ist, dass wir hier ein Expertengespräch führen. Sie sind Experte für Ihr Leben. Ich bin Experte für Erfahrungswissen. Somit sind wir zwei Experten an einem Tisch. Ich freue mich auf das Expertengespräch mit Ihnen ...“ Zugegeben: Es klingt etwas eigenartig. Aber Sie sorgen mit dieser Einleitung für eine gleichrangige Beziehung und für gegenseitige Wertschätzung.

Fazit: Gute Verkaufstherapeuten sind die Gewinner der kommenden Jahre. Sie sind Meister des Anregens, Förderns, Unterstützens. Sie sind Beziehungsprofis. Sie verfügen über rechnerische wie sprachliche Souveränität und Kompetenz. Gute Verkaufstherapeuten zeichnet aus, dass sie ihre Kunden in ihrer Kompetenz bestärken und so auf diese Weise die notwendigen Veränderungsprozesse gemeinsam mit ihren Kunden bewältigen.

Bernd W. Klöckner M.A., MBA, Verkaufstrainer,
Kontakt: mail@berndwκλοeckner.com