



Eine Beratung muss darauf ausgerichtet sein, dass der Kunde versteht und nachvollziehen kann, wie sich beispielsweise eine Geldanlage entwickeln kann.

Corbis

NACHHALTIGKEIT IM VERKAUF

Verständlich verkaufen

„Was ist der wichtigste Satz im Verkauf? – Der Umsatz.“ Aber was hilft es, wenn der Kunde eine Geldanlage abschließt, ohne dass er verstanden hat, worum es eigentlich geht? Reklamationen, Vorwürfe und Kundenabwanderung sind die Folgen. Zusätzlich bleiben durch negative „Mund-zu-Mund-Propaganda“ andere potenzielle Kunden fern.

Eine repräsentative Studie von TNS Infratest zeigt, dass sich 87 Prozent der Befragten einfachere und besser verständliche Geldanlagemöglichkeiten von ihrer Bank oder Sparkasse wünschen. 86 Prozent haben den Eindruck, dass Finanzangelegenheiten in den letzten Jahren immer komplizierter geworden sind. 82 Prozent sind sogar der Meinung, dass Finanzprodukte absichtlich so

schwer verständlich sind, damit die Banken und Sparkassen die Gebühren besser verstecken können.

Diese Beispiele zeigen deutlich, dass der durch die Finanzkrise offensichtlich gewordene Interessenkonflikt bei der traditionellen Bankberatung tiefe Spuren im Vertrauen der Kunden in die Anlageberatung hinterlässt. 74 Prozent der Deutschen geben an, dass ihr Ver-

trauen in die Anlageberatung der Banken im Verlauf der Finanzkrise gesunken ist.

Es gilt also, das Vertrauen der Kunden zurückzugewinnen. Dies kann durch eine konsequente Ausrichtung des Beratungsprozesses auf „Verständlichkeit“ erreicht werden. Verständlichkeit schafft Vertrauen. Stellen Sie in den Vordergrund, dass der Kunde versteht, was er tut. Für jeden Kunden ist es wichtig, dass er nachvollziehen kann, wie sich die Geldanlage unter bestimmten Szenarien entwickelt. Dadurch erreichen Sie eine deutliche Differenzierung vom Wettbewerb.

Wenn Kreditinstitute ihren Beratungsprozess nicht konsequent in Richtung „Verständlichkeit“ ausrichten, wird es weitere gesetzliche Regelungen geben. Einige Anbieter in der Finanzdienstleistungsbranche haben den Trend erkannt. „Nicht umsonst werben ING-DiBa und die Ergo-Versicherung mit ihrem Bemühen um Verständlichkeit“, so Prof. Dr. Frank Brettschneider, Kommunikationswissenschaftler an der Universität Hohenheim. Auch die Sparkassen bemühen sich nicht nur mit Produktvisualisierungen verstärkt um Qualität und Verständlichkeit in Beratungsgesprächen.

Die Leitgedanken von „FAIRselling“

Fairness geht als Begriff auf das englische Wort „fair“ („anständig“, „ordentlich“) zurück. Fairness drückt eine (nicht gesetzlich geregelte) Vorstellung individueller Gerechtigkeit aus. Fairness lässt sich im Deutschen mit akzeptierter Gerechtigkeit und Angemessenheit oder Anständigkeit gleichsetzen.

Selling kommt ebenfalls aus dem Englischen und bedeutet „verkaufen“. Verkaufen wird als Prozess verstanden, der die Kundenbedürfnisse in den Mittelpunkt stellt und dem Kunden dabei hilft, das zu bekommen, was er braucht, und ihm dabei ein gutes Gefühl vermittelt.

Die Vorteile von „FAIRselling“

1. Sie richten Ihre Kundenberatung auf die aktuellen Herausforderungen aus. Ihre Kunden sind durch neue Gesetzgebungsverfahren, Presseberichterstattung und nicht zuletzt durch die Anlageergebnisse der letzten Jahre erheblich verunsichert. Dies erfordert ein neues Verständnis in der Beratung. Stellen Sie Verständlichkeit und Transparenz in den Vordergrund.
2. Sie minimieren Ihre Haftungsrisiken. Der Kunde muss nachvollziehen können, wie sich eine Geldanlage unter bestimmten Bedingungen verändert. Nur wenn der Kunde dies einschätzen kann, kann er auch eine eigenverantwortliche Entscheidung treffen.

fen. Probleme entstehen meistens dann, wenn dem Kunden mögliche Entwicklungen nicht klar waren.

3. Sie begeistern Ihre Berater wieder für das Thema Anlageberatung.

Das Ansehen der Bankberater hat in den letzten Jahren stark gelitten. Offene Beraterstellen sind teilweise schwer neu zu besetzen. Wenn Sie möchten, dass Ihre Berater wieder gerne Anlagegespräche durchführen, dann nutzen Sie die bisherigen Erkenntnisse und setzen Sie auf einen neuen Beratungsprozess. Ihre Mitarbeiter werden begeistert sein und dadurch ihre Kunden leichter überzeugen.

4. Sie heben sich mit Ihrer Gesprächsführung deutlich von den Konkurrenten ab. Ziel des FAIRselling ist, dass die Berater durch eine ausführliche Analyse und eine gut nachvollziehbare Ergebnispräsentation die Erwartungen der Kunden nach Verständlichkeit und Transparenz erfüllen. Das erhöht die Kundenzufriedenheit, führt zu einer höheren Abschlussquote und weiterem Cross-Selling. Ihre zufriedenen Kunden werden Sie auch gerne Neukunden empfehlen.

Tipps zum „FAIRselling“

1. Zeigen Sie von Anfang an Ihre Kundenorientierung. Den Kunden interessiert, was er will, und nicht, was Sie wollen! Fragen Sie den Kunden „Wie wichtig ist Ihnen eine individuelle Beratung?“ statt „Ich will Sie individuell beraten.“

2. Schaffen Sie Transparenz über Ihre Vorgehensweise.

Beteiligen Sie den Kunden und zeigen Sie auf, welche Punkte Sie mit dem Kunden genau besprechen wollen. „Damit ich Sie individuell beraten kann, habe ich noch Fragen zu

- > Ihren Anlagezielen,
- > Ihren finanziellen Verhältnissen,
- > Ihren Erfahrungen und Kenntnissen und zu
- > Ihrer Anlagementalität.“

3. Gehen Sie partnerschaftlich mit dem Kunden um.

Holen Sie sich das ausdrückliche Einverständnis Ihres Kunden ein, anstatt einfach loszufragen: „Herr Kunde, können wir offen über diese Punkte (siehe 2.) sprechen?“

4. Zeigen Sie die Vorteile des Beratungsprotokolls auf.

Kunden erkennen den Vorteil eines Beratungsprotokolls nicht allein! „Herr Kunde, es geht um ein wichtiges Thema, Ihr Geld. Damit Sie die Sicherheit haben, dass nichts vergessen wird, haben wir technische Unterstützung.“

5. Analysieren Sie die Anlageziele und die Kundensituation genau.

Eine verständliche Präsentation setzt voraus, dass Sie die Kundensituation verstehen. Ein Navigationssystem kann auch nur den richtigen Weg aufzeigen, wenn es Informationen über das Ziel, den Standort und die gewünschte Route (schnellste/kürzeste) hat.

Die zusammenfassende Beurteilung der „Mystery Reserach Benchmarkstudie“ des renommierten Bera-

WENN SIE MEHR WISSEN WOLLEN



Ralf Meyer
Alternative Investments
verständlich verkaufen
Ein Leitfaden für Praktiker
Gabler 2010,
220 Seiten, 34,95 Euro
ISBN: 3-8349-1614-5

Auch als Hörbuch erhältlich.

tungsunternehmens Concertare aus dem Jahr 2010 kommt zu dem Ergebnis: „Die Bedarfsanalyse wird nur unzureichend durchgeführt.“ Leider deckt sich diese Aussage mit vielen anderen Testkaufberichten.

6. Erklären Sie einfach.

Vermeiden Sie Fachbegriffe: „Vermögensstreuung“ statt „Asset Allocation“. Erläutern Sie mit bildhafter Sprache: „Beim Essen geht es darum, auf eine ausgewogene Ernährung zu achten. Bei der Geldanlage ist es genau so wichtig, sich nicht nur einseitig auszurichten, sondern auf eine gute Vermögensstreuung zu achten.“ „Wäre es nicht adäquat, den Usus heterogener Termini zu minimieren?“ oder Klartext: Vermeiden Sie Fremdwörter! Arbeiten Sie mit Bildern, denn ein Bild sagt mehr als 1000 Worte.

7. Präsentieren Sie leicht nachvollziehbar.

Bauen Sie die Präsentation einfach und nachvollziehbar auf. Erläutern Sie die Gesamtkonzeption und die weiteren Zusammenhänge, damit der Kunde die Chancen und Risiken der Anlage versteht.

Wir können Alles so machen wie bisher,



... oder umdenken, wenn der Markt die Richtung wechselt.

Folgender Ablauf bei einer Präsentation steigert Ihren Erfolg:

- > Starten Sie Ihre Präsentation mit einem Bild oder einer Geschichte, um Emotionen zu wecken.
- > Erläutern Sie den grundsätzlichen konzeptionellen Aufbau der Anlage.
- > Gehen Sie darauf ein, warum das Marktumfeld dafür geeignet ist, die angestrebte Rendite zu erzielen.
- > Gehen Sie darauf ein, warum die konkrete Investition dafür geeignet ist, die angestrebte Rendite zu erzielen.
- > Erläutern Sie die risikominimierenden Faktoren der Geldanlage. (Erfahrung/Sicherheitskonzept/...).
- > Erläutern Sie, wie diese Anlage unter den Aspekten der Bedarfsanalyse funktioniert.
- > Geben Sie dem Kunden vor der Präsentation einen Überblick über diesen Ablauf.
- > Erläutern Sie nach Abschluss den organisatorischen Ablauf.

Anders zu denken zahlt sich aus.

aus: Alternative Investments verständlich verkaufen

Ralf Meyer
Neustadt bei Coburg