12 Vertriebs-Tipps für das Jahr 2025 (10/12)

Tipp 10: Kunden können sich gegen alles wehren – nur nicht gegen das, was sie selbst gesagt haben.

Der Schlüssel zu einer erfolgreichen Beratung liegt nicht in den besten Argumenten, sondern in den **richtigen Fragen**.

Gute Fragen helfen Ihnen, die Ziele und Wünsche Ihrer Kunden zu verstehen – und genau das ist der effektivste Weg, um zu überzeugen.

Warum das wichtig ist.

Viele Berater setzen auf Argumente, um Kunden zu überzeugen.

Doch Argumente verschließen oft den Geist, während Fragen ihn öffnen.

Durch gezielte Fragestellungen bringen Sie Ihre Kunden dazu, ihre eigenen Bedürfnisse und Ziele zu formulieren – und schaffen eine solide Basis für Ihre Angebotserstellung.

Merksatz: **„Argumente verschließen den Geist – Fragen öffnen den Geist."**

Praxisbeispiel: **Gesprächsaufbau**

Berater: *„Herr Kunde, was ist Ihnen bei Ihrer Altersvorsorge besonders wichtig?"*

Kunde: *„Dass ich auch im Rentenalter meinen Lebensstandard halten kann."*

Berater: *„Wie viel Geld benötigen Sie monatlich, um das zu sichern?"*

Kunde: *„Mindestens 2.500 Euro."*

Berater: *„Was halten Sie davon, wenn wir gemeinsam prüfen, wie wir diese 2.500 Euro für Sie sicherstellen können."*

Durch diese Fragetechnik hat der Kunde selbst die Ziele und Anforderungen formuliert. Beim anschließenden Angebot können Sie direkt darauf eingehen – und die Lösungen individuell präsentieren.

Nutzen Sie Fragen auch in der **Einwandbehandlung**. Statt mit Argumenten zu reagieren, fragen Sie nach:

- *„Wie genau meinen Sie das?"*
- *„Was genau wäre für Sie die ideale Lösung in diesem Fall?"*
- *„Welche Aspekte sind Ihnen dabei besonders wichtig?"*

Die Antworten liefern Informationen und ermöglichen es, gezielt auf die Bedürfnisse einzugehen.

Gastautor für diese Tipps-Serie ist Ralf Meyer – Der Bankverkaufstrainer.
Er unterstützt Banken und Sparkassen dabei ihre Anlage- und Vorsorgeberater erfolgreicher zu machen (www.DerBankverkaufstrainer-Altersvorsorge.de)

Was bringt Ihnen die Realisierung dieses Tipps?

Merken Sie sich: Ihre Kunden vertrauen immer ihren eigenen Aussagen mehr als jedem Argument eines Dritten. Machen Sie sich diese Erkenntnis zunutze. Gestalten Sie ab sofort Ihre Kundenberatung durch Fragen kundenorientierter und deutlich effektiver.