

Dieses Magazin richtet sich ausschließlich an professionelle Finanz- und Anlagevermittler.



MAGAZIN

AUSGABE 11 // OKTOBER 2019 // 9,80 €

Finanzkompetenz kompakt

Andreas Buhr:
*Kaufentscheidungen
fallen heute hybrid // S. 72*

Silvia Agha-Schantl:
*Erfolgreiche Weiterempfehlung
in nur 4 Schritten // S. 82*

Lasse Rheingans:
*Warum geht „New Work“
uns alle an? // S. 100*

PROFIL ZEIGEN

MIT BEITRÄGEN VON

ansa // ARTS // Apo Asset & Medical Strategy // Bank für
Vermögen // BNP Paribas // Carmignac // KanAm Grund //
Mandarine Gestion // PEH // PRIMA Fonds // Rouvier
Associés // StarCapital // Swiss Life



INVESTMENT SPEZIAL
Commerzbank:
*„Das richtige Board
für jede Welle“*
// S. 15

**&Investment
more**

www.investment-and-more.de

M O R E

- 72** **Kaufentscheidungen fallen heute hybrid**
Andreas Buhr
- 75** **5 Tipps für mehr Agilität im Vertrieb**
Roland Wolf
- 78** **Eigenlob stimmt: Die magischen Sieben der Selbstdarstellung**
Sabine Asgodom
- 82** **Erfolgreiche Weiterempfehlung in nur 4 Schritten**
Silvia Agha-Schantl
- 86** **Gewinner-Rhetorik: Von Müllwörtern zum Power Wording**
Silvia Agha-Schantl
- 90** **Das Selbst-Entwickler®-Mindset**
Andrew Bannon
- 94** **Das Geheimnis der Außergewöhnlichkeit**
Thomas Baschab



Hybride Kaufentscheidungen

TITEL
THEMA

ONLINE. OFFLINE. KAUFEN. ODER UMGEKEHRT.

Die Digitalisierung führt zu einem veränderten Kaufverhalten. Kunden sind bereits vor einem Beratungsgespräch top informiert. Sie haben Investments bereits online verglichen und Bewertungen gecheckt. Schnelles Hardselling ist vorbei. Mit welchen positiven Werten Kunden gewonnen und langfristig gebunden werden können, verrät der bekannte Redner und Autor **ANDREAS BUHR**.

MEHR AUF SEITE **72**



Weiterempfehlung

MEHR AUF SEITE **82**

- 97** **Warum Führungskräfte eine Therapie brauchen**
Markus Milz
- 100** **Warum geht „New Work“ uns alle an?**
Lasse Rheingans
- 104** **Als Finanzberater an die Spitze**
Marcus Renziehausen
- 108** **Positionierung ist die wichtigste Chefsache**
Peter Sawtschenko

Erfolgreiche Weiterempfehlung in nur 4 Schritten

Sparen Sie sich die lästige Akquise und gewinnen Sie noch leichter Neukunden über die persönliche Weiterempfehlung. Wie das geht? Das verrät die Kommunikationswissenschaftlerin Silvia Agha-Schantl in ihren Business Trainings und Keynotes.



Wer kennt das nicht? Anspruchsvolle Berater und Verkäufer wollen ihre Performance ständig verbessern und sind auf der Suche nach attraktiven Neukunden, um ihre Produkte zu verkaufen. Doch wie gelingt das am besten?

Viele Berater und Verkäufer haben den Wunsch aktive Weiterempfehlungen zu bekommen. Klar gilt das auch als absolute Königsdisziplin um an Neukunden zu kommen. Wie klappt das allerdings mit System um nicht nur darauf angewiesen zu sein, per Zufall irgendwann mal wieder einen neuen Kunden über einen Bestandskunden zu gewinnen? Genau vor dieser Herausforderung stehen viele Berater. Hierbei sind Bedenken dominant wie: „Das ist mir unangenehm nach Namen zu fragen!“, „Ich will nicht so direkt fragen, ist das nicht unseriös?“ oder „Ich weiß nicht wie ich das jetzt am besten anspreche, deshalb lass' ich es am besten!“.

Die prinzipielle Frage lautet: Wollen Sie aktiv mehr Weiterempfehlungen bekommen oder es dem reinen Zufall überlassen? Wenn Sie an Ihrer Erfolgsquote etwas verändern wollen, dann ist es ratsam, auch an Ihrer Taktik etwas zu verändern. Was, das erfahren Sie hier.

Studien zeigen, dass acht von zehn Kunden weiterempfehlen würden. Allerdings gibt es hier einen Haken. Denn diese würden nur weiterempfehlen, wenn man

sie danach fragen würde! Und genau das machen die wenigsten Verkäufer und Berater regelmäßig, weil sich viele nicht trauen oder ihnen die richtigen Worte fehlen. Dabei sprechen die Zahlen, Daten und Fakten doch ganz klar für die aktive Weiterempfehlung:

- 83 % vertrauen auf Tipps von Freunden und Bekannten
- Jede 3. Weiterempfehlung führt zu einem Verkaufsabschluss
- Zu 66 % beeinflussen uns beim Kauf Online-Rezensionen
- Einer Weiterempfehlung vertrauen wir mehr als jeder Werbeform (!)

Diese Studienauswertungen zeigen, dass es sich auf jeden Fall lohnt die namentliche Weiterempfehlung als fixen Bestandteil in seine Verkaufsgespräche zu integrieren. Am besten machen Sie sich eine Gesprächsagenda, wobei der letzte Punkt am Ende des jeweiligen Termins „Weiterempfehlung“ lautet. Prinzipiell gibt es viele Wege um über die Weiterempfehlungen an neue Kunden zu gelangen. Einige gängige Methoden sind z. B.:

- Kunden weitere Visitenkarten mitgeben
- Weiterempfehlungskarten ansprechen (mit evtl. Benefit)
- Um online Bewertungen/Rezensionen bitten
- Im persönlichen Gespräch danach fragen

Aber wie genau gehen Sie hier am besten vor?

Der grundlegende Gedanke im Weiterempfehlungsmanagement lautet: Nur ein zufriedener Kunde wird gerne weiterempfehlen. Woher allerdings wissen Sie ob bzw. wie zufrieden Ihr Kunde mit Ihnen und Ihrer Beratung tatsächlich ist? Richtig, Sie müssen ihn schon danach fragen. Hier höre ich in der Praxis meist dieselben Fragen. Egal ob beim Friseur, im Restaurant oder in der Bank lauten die klassischen Fragen: „Ja Herr Kunde, hat alles gepasst?“ oder „War alles zu Ihrer Zufriedenheit?“. Achtung: das ist keine ernsthaft interessierte Frage. Ganz ehrlich: Das ist die feige Frage. In diesen beiden Beispielen wird mit Binärfragen gearbeitet – also geschlossene Fragen – worauf der Kunden mit „Ja“ oder „Nein“ antworten kann.

Erfahrungsgemäß macht er das auch. Mehr nicht. Leider. Anspruchsvolle Kundenberater fragen ernsthaft interessiert nach mit z.B. „Lieber Kunde, Sie sind mittlerweile schon seit über einem Jahr bei mir, das finde ich klasse. Und weil Sie mir wichtig sind und ich Sie auch in Zukunft bestens beraten möchte, verraten Sie mir bitte: Wie zufrieden sind Sie denn bisher mit mir und meiner Beratungsleistung?“. Bei dieser offenen Fragetechnik muss Ihr Gegenüber ernsthaft nachdenken und überlegen. Die Antwort wird für Sie wesentlich aussagekräftiger und nachvollziehbarer sein als ein plumpes „Ja!“ oder „Nein!“ und bildet zugleich die ideale Basis um fortzufahren im Gespräch und eine namentliche Weiterempfehlung zu erhalten. Übrigens können besonders Engagierte sogar Neukunden am Ende des Beratungsgesprächs nach Weiterempfehlungen fragen!

Und jetzt können Sie auswählen, wie Sie weiter fortsetzen möchten. Die einfachste Art die Weiterempfehlung anzusprechen ist jene über die Visitenkartenvergabe. Ganz ehrlich, der Rücklauf ist bescheiden und deshalb lediglich als Einstieg geeignet.

Effektiver für Ihr Business – vor allem für Selbstständige oder Unternehmer – ist schon die Variante, indem Sie um ein schriftliches Feedback, eine Rezension bitten. Dieses Feedback ist klasse, weil sie es mit der Einwilligung des Kunden sehr lange verwenden können. Viele Unternehmer profitieren sehr stark von den schriftlichen Feedbacks z.B. auf der Website, dem Unternehmens-Folder und vielem mehr.

Die Königsdisziplin allerdings, vor allem auch im Bankensektor, ist die namentlichen Empfehlungen, denn diese führt am schnellsten zum gewünschten Erfolg. Ein wenig Mut und ernsthaftes Interesse am Kunden vorausgesetzt. Aber den brauchen Sie generell als erfolgreicher Verkäufer.

Weiterempfehlung in nur 4 Schritten:

1. Zufriedenheit offen erfragen

„Lieber Kunde, jetzt arbeiten wir schon seit 2,5 Jahren erfolgreich zusammen wenn es um Ihre xy geht. Und nachdem Sie mir wichtig sind und ich Sie auch in Zukunft bestens beraten möchte, interessiert mich heute:

Wie zufrieden sind Sie mit mir als Berater und meiner Arbeitsleistung?“

2. Positionierung der Weiterempfehlung

„Vielen Dank für Ihr wertvolles Feedback, das nehme ich sehr ernst. Für mich ist es ja immer die schönste Rückmeldung, wenn zufriedene Kunden mich weiterempfehlen.“

3. Weiterempfehlung ansprechen

a. **Visitenkarten übergeben/Weiterempfehlungskarte (BASIS):** „Wann immer Sie Bekannte/Freunde haben, die sich auch ein tolles Angebot einholen wollen oder eine Zweitmeinung wünschen im Bereich xy, dann freue ich mich sehr, wenn Sie meine Karte weitergeben. Wie viele hätten Sie denn gerne?“

b. **Nachfragen und um schriftliches Feedback bitten (SILBER):** „Herr Kunde, das freut mich wirklich ausgesprochen. Sagen Sie, ich freue mich sehr, wenn Sie mir Ihr tolles Feedback auch als Referenz schriftlich zukommen lassen. Ein simpler 2-Zeiler reicht vollkommen. Können Sie sich vorstellen, mir das zukommen zu lassen?“

c. **Königsdisziplin: Namen erfragen (GOLD):** „Perfekt, vielen Dank für das tolle Feedback! Auch ich schätze unsere Zusammenarbeit sehr. Ich möchte sehr gerne diesen Service und die Beratungsqualität die Sie so schätzen auch anderen Menschen zukommen lassen. Deshalb Herr Kunde freue ich mich riesig, wenn Sie jemanden kennen, der aktuell oder künftig auch von unserer Beratungsqualität wie Sie profitieren kann. Wer fällt Ihnen denn da z.B. aus Ihrem näheren Umfeld oder Bekanntenkreis ein?“

4. Verbindliche weitere Schritte abklären

„Ja spitze! Sie sagen Frau Kraft – das freut mich ausgesprochen. Um herauszufinden, inwiefern ich auch sie in Bezug auf xy bestens unterstützen kann – was schlagen Sie denn vor, wie ich am besten mit Frau Kraft ins Gespräch komme? Vielen Dank für Ihre Weiterempfehlung. Dann werde ich wie soeben besprochen gerne mit ihr in Kontakt treten und ihr schöne Grüße von Ihnen bestellen!“

Sie sehen, es gibt unterschiedliche Möglichkeiten um an konkrete Namen zu gelangen. Einer meiner Teilnehmer fragte mich mal: „Was bitte mache ich, wenn

mein Kunde plötzlich sagt, dass er gar nicht mit mir zufrieden ist?“. Dann ist es umso wichtiger darüber zu sprechen und Sie können z.B. sagen: „Oh Herr Kunde, umso besser dass wir dann jetzt darüber sprechen. Denn nur wenn Sie mir ganz offen und ehrlich sagen, was Ihnen nicht gefällt, dann habe ich die Möglichkeit daran zu arbeiten, damit ich Ihnen in Zukunft eine Beratung bieten kann, die auch voll und ganz zu Ihren Wünschen passt! Danke für Ihr Feedback.“. So schaffen Sie auch diese knifflige Situation mit Bravour souverän zu meistern.

Und je früher Sie im Gespräch die Weiterempfehlung ansprechen, desto selbstverständlicher wird es danach zu fragen. Bloß: Wie können Sie die Weiterempfehlung z.B. schon bei Neukunden in nur 3 Sekunden erfolgreich positionieren? Stellen Sie sich vor, Sie treffen das erste Mal auf Ihren Neukunden. Dann können Sie ganz einfach nach der Vorstellung elegant einflechten: „Übrigens: Kommen Sie auch auf Weiterempfehlung?“. So schaffen Sie es ganz einfach mit dem Zauberwort „Übrigens“ und der kurzen Frage.

All diese Formulierungen sind eine mögliche Variante von vielen. In einem persönlichen Coaching oder Training erarbeitet die Kommunikationswissenschaftlerin mit ihren Teilnehmenden ganz individuelle Möglichkeiten und Formulierungen, die optimal zum Anwender, Produkt oder Dienstleistung sowie zum Kunden passen. ■

VON SILVIA AGHA-SCHANTL



Die Medien dieses Landes nennen sie „Streberin“, „Kommunikationsgenie“ und „Ausnahmetalent“: ausgezogen und selbstständig seit sie 16 ist, mit

22 Jahren jüngste Unilektorin des Landes, zwei Studien mit Erfolg abgeschlossen, ein Award in New York und glücklich verheiratet sind nur einige Bausteine ihres Erfolgs.

www.gha-schantl.com