

So bestehen Sie den Kompetenzcheck!

Im Verkaufsgespräch zu glänzen, ist das A und O eines guten Finanzdienstleisters. Doch dass ein Berater schon in den ersten Minuten in so manches Fettnäpfchen treten kann, weiß Vertriebsexperte Roger Rankel.

Im Interview verrät er, wie Berater den Kompetenzcheck bestehen, welche scheinbaren Kleinigkeiten beim ersten Treffen über Top und Flop entscheiden und warum der Berater immer das Gleiche trinken sollte wie der Kunde.

finanzwelt: Herr Rankel, Sie sagen, Berater müssen bei Neukunden zuerst einen „Kompetenzcheck“ bestehen, bevor sie an den Abschluss denken können. Was genau heißt das?

Rankel» Der Kompetenzcheck ist eine Art Feuerprobe. Da muss jeder durch, der sich vor Publikum oder einem fremden Gegenüber präsentiert. Denn bei jeder Begegnung taxieren sich Menschen blitzschnell: Freund oder Feind? Nähe oder Distanz? Sympathisch oder unsympathisch? Dieses Urteil fällt in den ersten Sekunden. Anschließend steht die Kompetenz des Gegenübers auf dem Prüfstand: Hat der Berater es drauf oder kommt nichts außer heißer Luft? Aus diesem Grund sind die ersten Minuten des Gesprächs entscheidend.

finanzwelt: Viele Berater denken, wenn sie erst einmal einen Termin haben, ist die größte Hürde bereits überwunden. Warum ist das ein Irrtum?

Rankel» Dazu eine Gegenfrage. Was heißt es eigentlich, wenn sie einen Termin vereinbart haben? Es heißt, dass jemand, der sie meist noch nicht gut kennt, einem Gespräch mit ihm zugestimmt hat. Weiter nichts. Der Berater weiß nicht, wie hoch sein Interesse am Thema wirklich ist. Und wie er über ihn denkt. Ein Gespräch kann so oder so ausgehen. Im blödesten Fall auch kurz vorher noch abgesagt werden. Sie haben also bisher bestenfalls einen Fuß in der Tür. Geöffnet ist sie aber noch lange nicht.

finanzwelt: Wie bekommt man den Fuß in die Tür? Wie sorgt man zum Beispiel dafür, dass der Kunde nicht kurz vorher wieder absagt?

Rankel» Sie brauchen ein interessantes Leistungsversprechen und müssen ein Vertrauensverhältnis schaffen. Denn einem sympathischen Gesprächspartner abzusagen, fällt schwerer als einem anonymen Dienstleister. Vertrauen und Verbindlichkeit schaffen Sie zum Beispiel, indem Sie ihm ein Versprechen abnehmen – natürlich freundlich und charmant. Gerne auch ein wenig lausbüchisch. Aber immer bestimmt.

finanzwelt: Wie hole ich mir das Versprechen für das Gespräch ab?

Rankel» Indem ich meinen Interessenten frage. Und damit die emotionale Ebene stabilisiere: „Herr Meier, ich würde mich freuen, wenn wir es schaffen, dass wir beide den Termin einhalten. Glauben Sie, wir kriegen das hin?“ Anschließend: Bestätigen Sie ihm den Termin schriftlich. Keine E-Mail, kein WhatsApp. Per Post. Verbindlich. Dann überlegt er sich zweimal, ob er absagt. Im besten Fall garnieren Sie Ihre Nachricht mit einem Schokoladen-Goodie. So nach dem Motto: „...und um Ihnen die Zeit bis zu unserem Beratungstermin etwas zu versüßen ...“ Kurzum, bringen Sie eine sympathische Note rein, sodass Herr Meier sich auf Ihr Gespräch freut. Da fällt es ihm zimal schwerer, Sie zu versetzen. Glauben Sie mir. Oder locken Sie ihn anders. Ich kenne zum Beispiel einen Kollegen, der in seine Bestätigung Folgendes hineinschreibt: „Bitte bringen Sie zum Termin einen Fünf-Euro-Schein mit.“ Komische Bitte, oder? Das macht neugierig! Letzter Kniff: Rufen Sie Ihren Interessenten einen Tag vorher nochmal an: „Wir haben ja morgen unseren Termin. Konnten Sie alles vorbereiten?

Kommen Sie gerne etwas früher, dann kriegen Sie einen Cappuccino von mir.“ So schlagen Sie zwei Fliegen mit einer Klappe. Erstens, Sie gehen sicher, dass er alle Unterlagen dabei hat. Zweitens, Sie sichern den Termin ab.

finanzwelt: Ok, jetzt haben wir den Kunden soweit, dass er zum Termin erscheint. Mit welchen ersten Worten sollte ich ihn nun von mir überzeugen?

Rankel» Als erstes? Mit gar keinen. Was Sie zuerst schaffen müssen, ist eine angenehme Eintrittsatmosphäre. Damit der Kunde sich sicher und wohl fühlt. Das beginnt zum Beispiel mit dem richtigen Getränk. Meine Assistentin empfängt Neukunden immer mit dem gleichen Ritual. Sie begrüßt sie mit Namen, bezieht sich auf den letzten Kontakt und bietet ein Getränk an. Mein persönlicher Tipp: Haben Sie alles im Haus! Es wirkt unprofessionell, wenn Herr Meier eine Cola light möchte und Sie haben nur normale Cola. Oder er fragt nach einem Latte macchiato und Sie können nur Kaffee anbieten. Ärgerlich. Können Sie seinen Wunsch erfüllen, fühlt er sich wohl. Das ist entscheidend. Nächster Tipp: Bieten Sie ein zweites Getränk an. Wasser zum Kaffee. Espresso zur Apfelschorle. Es ist erwiesen, dass Interessenten sich bei zwei Getränken verpflichtet fühlen, Kunde zu werden. Liegen dann noch Süßigkeiten aus ... Was will man mehr? Und die letzte goldene Regel zum Thema: Der Berater trinkt immer das gleiche wie der Kunde. Denn: Gleichnisse schaffen Vertrauen. Kaffee und Wasser? Kaffee und Wasser! Jetzt stehen schon vier Getränke auf dem Tisch. Das entspannt und bindet.

finanzwelt: Einverstanden, wie geht's jetzt weiter?

Rankel» Lassen Sie den Kunden ankommen. Geben Sie ihm zwei, drei Minuten Zeit, wenn er im Beratungszimmer sitzt, um sich umzuschauen und sich zu orientieren. Lassen Sie ihn dafür kurz im Raum allein. Wichtig: Nicht die Tür schließen. Außerdem: Schaffen Sie eine Beobachtungssituation. Das heißt, geben Sie ihm die Möglichkeit, Ihnen bei einer kurzen Tätigkeit zuzusehen. Wie Sie mit Ihrer Assistentin sprechen. Wie Sie einen Ordner weglegen oder einen Termin koordinieren. Kurz, knapp, scheinbar nichtig. Doch wirksam. Wichtig dabei: Immer auf die Wirkungsweise achten. Es darf nicht zu durchgestylt überkommen.

finanzwelt: Aber der Kunde interessiert sich doch für ein Finanzprodukt. Und nicht für Ihre Büroausstattung. Ist das Setting wirklich so wichtig?

Rankel» Auf jeden Fall! Sehen Sie: Sie verkaufen Produkte, die man nicht sehen oder anfassen kann. Die Einheit hier? Vertrauen, Vertrauen, Vertrauen. Das müssen Sie gewinnen. Es gibt viele Berater, die anbieten, zum Kunden nach Hause zu kommen. Ich bin kein Freund davon. Auf einem fremden Sofa, an einem viel zu kleinen Couchtisch, nebenbei wuseln die Kinder? So positioniert sich kein Experte. Außerdem lenkt es ab – sowohl Sie als auch den Kunden. Daher: Wenn immer es geht, laden Sie den Kunden ins eigene Büro. Hier arrangieren Sie die Sitzsituation so, dass der Kunde Sie und den ganzen Raum gut sehen kann und nicht gegen ein Fenster guckt. Sagen Sie ihm auch, wo genau er Platz nehmen soll. Jeder fühlt sich in fremder Umgebung verloren, wenn er hört: „Setzen Sie sich, wo Sie wollen.“ Besser: „Setzen Sie sich hier hin, dann können Sie mit in die Unterlagen schauen.“ Das schafft Vertrauen und Sicherheit. Nun können Sie ins Thema einsteigen.

finanzwelt: Wie beginnen Sie jetzt Ihr Gespräch?

Rankel» Auf jeden Fall clever und an-



ders. Small Talk oder Personenbeschreibung? Bitte nicht! Nichts ist langweiliger als „Guten Tag, mein Name ist, ich wohne ..., ich arbeite ..., ich habe schon ...“ Lassen Sie sich was Kreatives einfallen! Ein gutes Beispiel dafür ist mein Kollege mit dem Fünf-Euro-Schein. Er fragt zu Beginn des Gesprächs immer als Allererstes: „Haben Sie an die fünf Euro gedacht?“ Der Kunde zückt das Geld, der Berater nimmt ihm den Schein aus der Hand, „Dankeschön“, und tritt zurück. Der Kunde stutzt. Nach einer kurzen Pause gibt der Berater ihm zehn

Euro zurück und sagt: „Schauen Sie, das soll immer im Mittelpunkt unserer Zusammenarbeit stehen. Sie setzen einen kleineren Beitrag ein und bekommen am Schluss mehr heraus. Damit heiße ich Sie herzlich willkommen!“ Saustark! Kompetenz-Check bestanden! Ganz ohne Small Talk. Im Anschluss können Sie gerne ein wenig plaudern – wenn der Kunde der Typ dafür ist. Und ganz bewusst auch Infos zu Ihrer Person und Ihrem Lebenslauf ins Gespräch mit einfließen lassen. Das Eis ist nach diesem Auftakt längst gebrochen. (ahu)