

Berater im Blick



Professionelles Coaching für Sparkassenberater – ist das wirklich nötig? „Auf jeden Fall“, meint der langjährige Berater-Coach Jörg Hilber und erklärt auch warum. Mehr dazu erfahren Sie im Serienaftakt „Der Berater-Coach“ ab Seite 24.

Der Berater-Coach, Teil 1

Jörg Hilber über Sinn und Zweck eines individuellen Beratungsansatzes

Herr Hilber, in Ihren Workshops erarbeiten Sie mit Bankberatern Strategien zur Kundenbindung – und das mit großem Erfolg. Wie erklären Sie sich den Bedarf an professionellem Coaching?

Jörg Hilber: Auf der Leistungsebene unterscheiden sich Finanzdienstleister kaum. Die Produkte sind ähnlich, und den Beratern fehlen somit schlicht und einfach die zündenden Argumente, um Kunden für sich und ihren Arbeitgeber zu gewinnen. Zudem sind Banken seit der Finanzkrise in der Öffentlichkeit stark exponiert. Sie haben ein schlechtes

Zur Person



Jörg Hilber, Master of Advanced Studies in Services Marketing & Management, ist Partner bei *réalitéS* (www.realites.eu) und Dozent an der Hochschule Luzern, Schweiz. Er hat das Konzept der „Systematischen Kundenbegeisterung“ entwickelt und ist zudem Experte für Servicequalität und Dienstleistungsorientierung.

Image, und viele Kunden sind verunsichert. In diesem Umfeld brauchen Berater konstruktive Unterstützung.

Sie sprechen von einer Verunsicherung auf Kundenseite. Gibt es ein Patentrezept, wie Berater das Vertrauen ihrer Anleger zurückgewinnen können?

Hilber: Es gibt weder Patentrezepte, noch kann ich irgendwelche Tipps und Tricks anbieten. Ein erster wichtiger Faktor für Vertrauen ist aber Ehrlichkeit. Ein Berater darf zum Beispiel zugeben, dass auch er die Finanzkrise nicht vorausgesehen hat. Eine gute Maxime ist: Empfehlen Sie dem Kunden das, was Sie einem Familienmitglied in einer ähnlichen Situation auch empfehlen würden – und machen Sie dieses Prinzip transparent. Erklären Sie, dass es das hochrentable Produkt ohne Risiko nicht gibt. Werterhaltung ist auch eine Leistung, ständige Wertvermehrung zu allen Zeiten ist unmöglich. Eine weitere vertrauensbildende Einsicht ist, dass Fachkompetenz allein nicht genügt. Breites Finanzwissen ist kein Konkurrenzvorteil, sondern Voraussetzung für erfolgreiche Kundengewinnung und -bindung. Es ist notwendig,

Lesen Sie weiter auf der nächsten Seite >

Fortsetzung von Seite 24

sich wirklich in den Kunden einfühlen zu können, zu verstehen, wie dieser tickt. Daraus entsteht dann ein ganz individueller Beratungsansatz – individuell für den Berater, aber auch individuell für jeden Kunden. Hierbei bleibt es selbstverständlich möglich, dass Finanzdienstleister gewisse Richtlinien und Abläufe für Beratungsgespräche bestimmen.

Und wie können Berater einen individuellen Beratungsansatz entwickeln, der im Alltag auch wirklich funktioniert?

Hilber: Indem sie anerkennen, dass sie sich auch außerhalb ihres Fachgebietes Finanzprodukte weiterentwickeln müssen. Viele Berater verwenden immer ein- und dieselbe Gesprächstechnik. Aber auch im Retail Banking muss man über ein vielfältiges Instrumentarium von Gesprächstechniken verfügen.

„Beziehungs- und Verkaufskompetenzen kommen nicht von außen – sie sind in uns bereits vorhanden. Wir müssen sie entdecken, aktivieren und entwickeln“

Jörg Hilber, Partner bei réalités

also wirklich dort abholt, wo er steht, kann diesen systematisch begeistern, ihn an die Bank binden und Weiterempfehlungen generieren. Diese Denk- und Arbeitsweise erkennt man beispielsweise daran, dass der Kunde im Rahmen eines Erstgesprächs mehr redet als der Berater.

Nur wer wirklich zuhören kann, so spricht und agiert wie der Kunde tickt, wer den Kunden

Fortsetzung folgt

In der nächsten Ausgabe des BeraterKompass schreibt Berater-Coach Jörg Hilber unter dem Motto „Ent-kaufen statt Ver-kaufen“ über die wichtigsten Grundsätze unaufdringlicher und erfolgreicher Neukundengewinnung.



„Patentrezepte gibt es nicht“ – Jörg Hilber bei einer Schulung

Ein hoher Anspruch!

Hilber: In der Tat. Aber ich arbeite grundsätzlich nur mit Unternehmen und Menschen, die einen hohen Anspruch an sich selbst haben. Und ich habe natürlich auch einen hohen Anspruch an mich und die Ergebnisse, die meine Arbeit generiert. Es lohnt sich sowohl als Firma als auch als Mensch, wirklich besser sein zu wollen als die Konkurrenz. Als Finanzberater sichert man sich damit beispielsweise seinen Arbeitsplatz. Und die Arbeit als Kundenbegeisterer macht einfach Spaß: Wenn ich am Feedback meiner Kunden spüre, wie sehr sie mich und meine Arbeit schätzen, so besteht mein Arbeitsalltag aus vielen Erfolgserlebnissen und persönlichen Highlights. Dann ist es auch kein Problem mehr, wenn mein Chef mal wieder vergessen hat, mich für meine Leistung zu loben. ■