

# „Ent-kaufen statt Ver-kaufen“ – Der Berater-Coach, Teil 2

Jörg Hilber über Herz, Verstand und die richtigen Argumente in der Neukundenakquise



**Jörg Hilber ist Partner bei réalitéS und Dozent an der Hochschule Luzern, Schweiz**

**Gastbeitrag:** Auf die Frage „Nennen Sie mir mindestens zwei Gründe, warum ich unbedingt bei Ihrer Bank Kunde werden sollte“, antworten die meisten Berater, ihre Bank biete besonders tolle Produkte oder Beratungsansätze. Doch das sind keine Gründe eine Bank zu wechseln. Alle Bankberater behaupten dies. Außerdem ist eine solche Argumentation einfallslos und für den Laien meist nicht nachvollziehbar. Die Crux bei der Neukundengewinnung ist oft: Dem Kunden wird nicht richtig zugehört. Verkäufer treten lieber in einen verbalen Schlagabtausch, den sie gewinnen möchten. Wenn der Kunde kein Gegenargument

mehr hat, wird zugeschlagen. Abschlussstärke nennt man das im Verkaufsjargon. Entsprechend hat das Verkaufen einen schlechten Ruf. Die gängigen Methoden zur Neukundengewinnung sollen hier aber nicht per se verteufelt werden. Vielmehr stellt sich die Frage, wie man es möglich macht, dass sich ein potenzieller Kunde ein Produkt oder eine Dienstleistung quasi selbst verkauft und aktiv auf den Anbieter zukommt. Das funktioniert tatsächlich, nämlich dann, wenn man sich ganz anders verhält als ein traditioneller Verkäufer. „Ent-kaufen“ statt „Ver-kaufen“ lautet die Devise. Das sind die wichtigsten Prinzipien der Strategie:

- Lassen Sie den Kunden reden. Je höher der Gesprächsanteil des Kunden ist, umso wahrscheinlicher der Abschluss.

Nur Kunden, die reden, können sich selbst von einer Lösung überzeugen.

- Denken und Handeln Sie aus der Kunden- und nicht aus der Innensicht. Beginnen Sie Ihre Sätze mit „Sie“ und nicht mit „Wir“. „Sie“-Sätze zwingen Sie, aus der Nutzensicht zu argumentieren.
- Seien Sie „merk-würdig“. Hinterlassen Sie im Kopf und im Herzen des Kunden Spuren – durch Einfühlungsvermögen, aber auch durch proaktives Mitdenken.
- Sagen Sie dem Kunden nie „Sie machen etwas falsch“. Bestärken Sie den Kunden vielmehr in positiven Entscheidungen. Nur wem das Gefühl vermittelt wird, dass er vieles richtig macht, ist gegenüber Neuerungen offen. ■

Mehr zum Thema: <http://tiny.cc/Entkaufen>  
Nächste Folge: Wie Berater zum Finanzcoach ihrer Kunden werden können