



**Ja, ich bin
Verkäufer**

Von den Schwierigkeiten des Finanzdienstleisters stolz auf seinen Beruf zu sein und von den Chancen es zu werden.

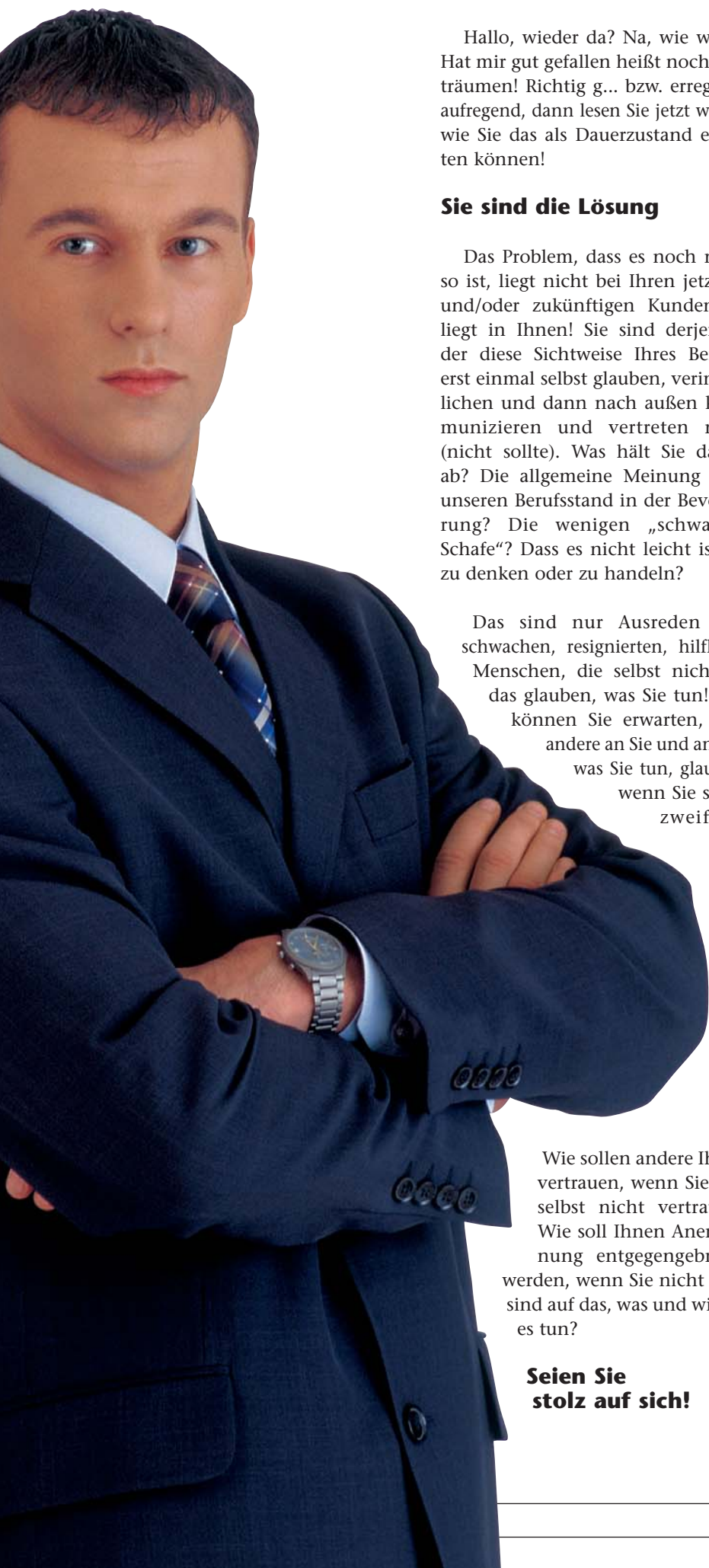
Wenn Sie gefragt werden, was Sie beruflich tun, was sagen Sie dann? Berater – ich arbeite bei einem Vorsorgeunternehmen – ich informiere Menschen, wie sie mehr aus ihrem Geld machen können – ich optimiere die Vermögenssituationen/-planung meiner Mandanten – ich helfe Menschen ihre Träume, Wünsche und Ziele zu erreichen oder was noch alles?

Wer gibt wirklich, ehrlich und gerne zu, Verkäufer von Finanzdienstleistungen (dazu gehören Versicherungen, Investments, Immobilien usw.) zu sein, und warum nicht? Hauptgrund des Verschleierns ist das Image dieses doch so wichtigen Berufsstandes. Wegelagerer, Abzocker, Vertreter, Aufschwätzer und vieles mehr assoziieren viele Menschen (auch Ihre potentiellen Kunden) als erstes, wenn Sie die Wahrheit über Ihre Tätigkeit erfahren. Ohne Sie und Ihren täglichen Einsatz für Ihre Kunden wären diese jedoch in vielen Schadensfällen ruiniert und würden ihren Lebensabend in bitterer Armut verbringen. Das ist FAKT. Also, wo ist die Dankbarkeit, die Anerkennung und die Wertschätzung der Bürger für uns Finanzdienstleister? Warum werden nicht Straßen, Plätze und Kinder nach Ihnen benannt, sondern lieber nach Schauspielern oder ähnlichen „Vorbildern“? Wo sind die Ehrungen, Medaillen und Lobreden? Warum zeigen Eltern nicht mit dem

Finger auf Sie und sagen zu ihren Kindern: „Das ist ein Finanzdienstleister, nimm Dir an ihm ein Beispiel. Er setzt alles dafür ein, damit es uns heute und später besser geht. Ihm haben wir vieles zu verdanken.“ Sie meinen, das ist unrealistisch? Das ist richtig, aber wäre es denn nicht schön und angemessen, wenn es so wäre?

Der Traum Vorbild zu sein

(Bitte machen Sie jetzt eine kurze Pause und träumen Sie. Malen Sie sich aus, wie Sie sich fühlen würden, „Vorbild“ zu sein? Wie gefällt es Ihnen, anerkannt, geachtet und respektiert zu sein? Gut oder sogar exzellent? Dann träumen Sie noch ein bisschen weiter. Was bedeutet dies für Ihr Neukundengeschäft, Ihre Empfehlungskette, Ihre Kundenklientel? Tägliche Anrufe von Menschen, die Sie bitten von Ihnen betreut zu werden? Träumen Sie, solange Sie möchten).



Hallo, wieder da? Na, wie war's? Hat mir gut gefallen heißt nochmals träumen! Richtig g... bzw. erregend, aufregend, dann lesen Sie jetzt weiter, wie Sie das als Dauerzustand erhalten können!

Sie sind die Lösung

Das Problem, dass es noch nicht so ist, liegt nicht bei Ihren jetzigen und/oder zukünftigen Kunden, es liegt in Ihnen! Sie sind derjenige, der diese Sichtweise Ihres Berufes erst einmal selbst glauben, verinnerlichen und dann nach außen kommunizieren und vertreten muss (nicht sollte). Was hält Sie davon ab? Die allgemeine Meinung über unseren Berufsstand in der Bevölkerung? Die wenigen „schwarzen Schafe“? Dass es nicht leicht ist, so zu denken oder zu handeln?

Das sind nur Ausreden von schwachen, resignierten, hilflosen Menschen, die selbst nicht an das glauben, was Sie tun! Wie können Sie erwarten, dass andere an Sie und an das, was Sie tun, glauben, wenn Sie selbst zweifeln?

Wie sollen andere Ihnen vertrauen, wenn Sie sich selbst nicht vertrauen? Wie soll Ihnen Anerkennung entgegengebracht werden, wenn Sie nicht stolz sind auf das, was und wie Sie es tun?

Seien Sie stolz auf sich!

Wir ernten nur was wir säen!

Ja, Sie wollen verkaufen, nicht nur informieren oder beraten! Gestehen Sie es sich erst einmal selbst ein, dann Ihren potentiellen Kunden. Sie haben ein Recht darauf, für eine qualifizierte Leistung eine entsprechende Einnahme verbuchen zu dürfen! Nein, Sie sind nicht aus karitativen Beweggründen in diesem Job, Sie wollen richtig viel verdienen, jede Menge Spaß dabei haben und dies möglichst schnell und dauerhaft. Und dies am besten noch mit möglichst wenig Arbeit und Stress!

Ist doch so, oder?

Jetzt kommt die erste Überraschung: Dafür ist der Beruf des Verkäufers in der Finanzdienstleistung ideal geeignet!

Wo sonst können Sie

- *sich Ihre Kunden frei auswählen*
- *Ihre Zeit frei einteilen*
- *Ihr Einkommen völlig frei bestimmen*
- *die Produkte frei auswählen.*

Freiheit ist Verantwortung

Diese Freiheit geht allerdings einher mit der vollen Übernahme der Verantwortung für Ihr Denken, Handeln und Ihren Erfolg. Sie haben gewählt, Sie haben erhalten! Nicht Ihr Kunde, der Produkthanbieter xy, der Ruf der Branche oder sonst irgendjemand ist dafür verantwortlich, sondern Sie!

Ihr Kunde ahnt oder weiß, dass Sie nicht aus selbstlosen Motiven handeln. Hören Sie also auf, um den heißen Brei herumzureden, es glaubt Ihnen eh (fast) niemand. Wenn Sie lieber nur nette Gespräche führen möchten, sich mit dem zufrieden geben wollen was Ihnen ohne Einsatz und Kampf zufällt und sich weiter leicht gebeugt oder stark im Ausreden proklamierend durchs Leben mogeln wollen, O. K. Ihre Entscheidung!

Nur bitte: Hören Sie auf, anderen oder sich selbst zu erzählen, dass Sie ein Verkäufer sind!

Dazu ein Gedicht:

WAS IST VERKAUFEN?

Verkaufen ist ein Lächeln, das leuchtet und siegt. Der Druck einer Hand und die Art, wie man blickt. Der Ton einer Stimme, überzeugend und wahr. Das Knüpfen von Freundschaft alle Tage im Jahr. Eine Kunst ist verkaufen, bei manchen vererbt, bei vielen in emsiger Übung erlernt. Verkaufen ist Takt, ist „Wissen ums wie“, ist Quell für Beratung, ist wahres Genie. Verkaufen heißt Klarheit und Streben. Verkaufen, mein Freund, heißt Kampf, dann ist's Leben!

Tipp/Übung:

Sobald Sie diese Verse verinnerlichen und Anderen glaubhaft und überzeugend (aus deren Sicht) vortragen können, ist die Bezeichnung Verkäufer passend. Probieren Sie es doch einmal aus, Mut haben Sie doch, oder?

Was können Sie also tun, um dauerhaft Respekt, Wertschätzung und die damit verbundenen Erfolge bei Ihren Kunden zu erzielen.

Akzeptieren Sie sich selbst!

Sie sind nun mal so, wie Sie sind. Sie haben sicherlich, wie alle anderen Menschen auch, Ihre Stärken und Schwächen. Listen Sie einmal auf, welche diese sind. Fragen Sie Menschen, die Sie gut kennen, Sie erhalten dadurch weitere Punkte für Ihre persönliche Bilanz. Egal, was dazu geführt hat, dass Sie so sind, dies ist Ihre Ausgangsbasis. Was können Sie besonders gut? Was gefällt Ihnen und/oder Anderen an Ihnen besonders gut? Was schätzen Ihre Kunden an Ihnen? (Wenn Sie das nicht sagen können, fragen Sie doch einfach mal nach!) Es ist übrigens völlig normal, wenn Sie nicht in allen Bereichen „perfekt“ sind. Sie müssen/dürfen mit Ihrem Leben klar kommen, sonst niemand! Es ist nicht selbstverständlich, dass Sie diese bestimmten Eigenschaften/Stärken haben, es ist das Ergebnis dessen, was Sie dafür getan haben.

Auch wenn es sich anfangs komisch anhört/anfühlt: Seien Sie stolz darauf! Sagen Sie zu sich selbst: „Ich bin einzigartig, ich bin stolz auf mich“. Am besten schön laut und 3 x täglich, Sie werden feststellen, wie gut Ihnen das tut! Ganz Mutige sagen es sogar vor Anderen, ohne dabei arrogant oder überheblich zu wirken. Sie sind lediglich (sich)-selbst-bewusst, was und wer Sie sind. Das ist doch in Ordnung. Nur Kleingeistige und Komplexbeladene, die den Mut nicht aufbringen, zu sich selbst zu stehen, werden irritiert sein. Für alle Anderen ist es erfreulich, in Ihrer Nähe zu sein.

Wie will ich werden?

Wir alle entwickeln uns ständig weiter. Bremsen Sie sich nicht, lassen Sie sich jedoch nicht von anderen formen, sondern bestimmen Sie selbst: Was will ich erreichen? Wer will ich sein? Wie will ich mich und warum entwickeln? Dies sind bewusste (will) Entscheidungen, die Sie treffen sollten, sonst treffen Andere diese Entscheidungen für Ihr Leben. Das würde sich dann aus Ihrem Mund anhören wie z. B. „Ich muss noch dies und jenes tun....“ „Müssen“ ist Zeichen von Fremdbestimmung und das Gegenteil von Eigenverantwortung (will, wollen, werde).

WILL ICH EIN VERKÄUFER SEIN?

Will ich das wirklich? Welche Eigenschaften zeichnen einen Verkäufer (egal ob guter oder sehr guter) aus:

1. Ein Verkäufer hat die Einstellung, verkaufen zu wollen.
2. Er hat die fachlichen Kenntnisse, die notwendig sind, um die Botschaft qualitativ und zielgruppengerecht zu vermitteln.
3. Er mag Menschen und ist offen genug, um neue Erfahrungen zu erleben.
4. Er beherrscht es, fachliche Informationen in Nutzenargumentationen kundengerecht zu übersetzen.
5. Ist ein Bedarf beim Gesprächspartner vorhanden, schließt der Verkäufer ab und wartet nicht darauf, dass der Kunde die Verantwortung für den Kauf übernimmt.
6. Ein Verkäufer erwartet die Empfehlung. Kommt Sie nicht automatisch, war der Kunde nicht begeistert. Der Verkäufer überprüft und verändert sein Handeln, bis die automatische Empfehlung selbstverständlich geworden ist.
7. Ein Verkäufer übernimmt die Verantwortung für alles, was im Zusammenhang mit dem Kauf durch den Kunden geschieht. Das Produkt, die Firma, die Folgen, der Service – für all das sieht sich der Verkäufer in der Verantwortung, ohne wenn und aber.
8. Der Kunde ist immer und unverzüglich zufrieden zu stellen. Seine Anforderung ist die Verpflichtung des Verkäufers. Top-Verkäufer übertreffen die Erwartung ihrer Kunden.

Welchen Nutzen habe ich meinen Kunden gebracht?

Gehen Sie doch einmal Ihre Kundendatei durch. Wer ist durch Ihre Beratung jetzt vor den Widrigkeiten des Schicksals geschützt? Wer kann jetzt sicher sein, dass sein Haus, seine Wohnung gegen Feuer, Einbruch oder Diebstahl geschützt ist? Einige, oder? Tolles Gefühl, nicht wahr? Wer unternimmt jetzt befreiter Geschäftsreisen, weil er weiß, dass, wenn etwas passiert, seine Familie versorgt ist und seine Kinder die geplante Ausbildung genießen können? Das alles verdanken diese Menschen Ihnen, oder? Wer kann im Alter so wie bisher oder besser leben? Das Häuschen in der Sonne, die Reisen, den Genuss teil des Lebens (ab 60 Jahren). Wem verdanken die Menschen das? Ihnen und niemanden sonst. Gab es schon Schadenfälle, Krankheiten, Unfälle oder Schlimmeres in Ihrem Kundenkreis? Durch Ihre Hilfe waren zumindestens die finanziellen Folgen daraus gemildert bzw. gar nicht existent. Toll haben Sie das gemacht! Und nun malen Sie sich mal aus, was aus all diesen Menschen würde, wenn Sie nicht dort etwas verkauft hätten. Na, sehen Sie jetzt wie wichtig es ist, zu verkaufen, nicht nur zu informieren oder zu beraten. Ihr Gesprächspartner muss einfach unterschreiben, oder?

Wie fühlen sich Ihre Kunden, die jetzt schon gekauft haben? Sicher und versorgt! Bitten Sie doch Ihre Kunden darum, Ihnen ihre Beweggründe für einen Kauf der einzelnen Produkte und ihre Gefühle und Ansichten seitdem einmal schriftlich mitzuteilen. Dies hat zwei Vorteile:

1. Eine erstklassige Bestätigung für Ihr Selbstbewusstsein und Ihre Bedeutung für diese Menschen.
2. Eine nicht zu überbietende Empfehlungssystematik bei Neukunden. Bsp.: „In der gleichen Situation wie Sie war auch Familie Mustermann, so empfinden diese heute.“ Es ist oftmals leichter für Kunden, wenn Ihnen andere Kunden sagen/schreiben/bestätigen, dass es richtig ist, den folgenden Schritt (Unterschrift und Kauf) zu tun.

Wann immer Sie mal einen schwachen Moment haben, blättern Sie dann durch Ihre Mappe mit Referenzen und Kundenaussagen und erfahren dadurch Anerkennung, Wertschätzung und das Gefühl, gebraucht zu werden.

PS: Schaden kann es ja nicht, oder?

Wirken Sie nach außen

Es nützen Ihnen alle bisherigen Schritte noch mehr, wenn Sie nun auch noch Ihre Botschaft, Ihre Meinung öffentlich machen. Es ist wirklich erstaunlich, wenn Sie bedenken, dass es in Deutschland über 400.000 (vierhunderttausend) Finanzdienstleister gibt, aber ihre Interessen ganzheitlich in der Öffentlichkeit nicht vertreten werden. Halt, das stimmt ja nicht ganz. Natürlich gibt es einige Berufsverbände, die jeweils immerhin einige hundert Mitglieder haben. Wenn Sie als Finanzdienstleister nicht aktiv dafür Sorge tragen, dass Ihre Interessen gewahrt werden, wer soll es denn dann tun? Engagieren Sie sich für ein klares Berufsbild und gegen diejenigen, die Ihren Berufsstand in Verruf bringen. Sehen Sie nicht nur zu, packen Sie's an. Wenn es keinen passenden Verband gibt, gründen Sie einen und kommunizieren Sie klar und ehrlich, warum Sie etwas tun, was Sie tun und wie Sie es tun! Es ist Ihr Beruf, Ihre Existenz, Ihre Zukunft und Ihr Kunde, also sollten auch Sie derjenige sein, der den Mund aufmacht. Nehmen Sie Angriffe, Verleumdungen und üble Nachrede, ob es Sie selbst betrifft, einen Kollegen, oder Ihre Branche, nicht einfach nur hin. Nein! Salopp gesagt: „Arsch hoch und Zähne auseinander“, das ist die Haltung eines selbstbewussten, erfolgreichen und stolzen Menschen. Mischen Sie sich ein, seien Sie unbequem, fragen Sie nach und entscheiden Sie gemeinsam mit ähnlich denkenden Verkäufern darüber, wie Sie gesehen werden wollen. Oftmals hört man die Einstellung: „Mich persönlich geht das ja nichts an.“ Oder „Solange es mich und meine Kunden nicht betrifft...“. Genau durch eine solche Einstellung ist dieser Berufsstand zu dem jetzigen Image gekommen. Niemand geht irgendetwas an! Solch

ein Blödsinn. Jede Aussage, jeder Bericht im Fernsehen, in der Zeitung, jedes Kundengespräch – egal wer es führt –, sendet Signale aus, die auch Sie und Ihre zukünftigen Kunden aufnehmen (bewusst oder unbewusst). Also entscheiden Sie sich: Entweder, Sie sind jemand, der dafür sorgt, dass etwas geschieht oder Sie sind jemand, der abwartet, dass Andere etwas tun, um die Situation zu ändern. Wie immer Sie sich entscheiden, die Verantwortung tragen Sie, niemand anders. Keine Ausreden oder Ausflüchte werden Ihr Gewissen beruhigen. Deshalb mein Appell:

Finanzdienstleister Deutschlands, vereinigt Euch! Steht auf und kämpft. Tretet ein für Eure Interessen. Sagt, was Ihr wollt und tut, was Ihr sagt. Bündelt Eure Kräfte und Energien zur Stärkung des Ansehens des Berufes der Berufe:

VERKÄUFER

Ohne Verkäufer kann kein Hersteller / Anbieter von Produkten existieren! Verkäufer haben die Macht, nutzt sie! Dann werden Sie bald viele Kolleginnen und Kollegen treffen, die auf die Frage nach ihrem Beruf ebenso wie Sie antworten

ICH BIN STOLZ, EIN VERKÄUFER ZU SEIN!

Sie auch? Wir freuen uns auf Ihre Meinung! info@finanzwelt.de

Jörg Laubrinus



Jörg Laubrinus, MAGMA - Consulting in Wiesbaden, steht für über 20 Jahre Erfahrung in Verkauf, Führung und Training. Als Vortragsredner und Seminarleiter überzeugt und begeistert er jährlich Tausende von Finanzdienstleistern. Aus der Praxis für die Praxis - und das mit Zufriedenheitsgarantie!