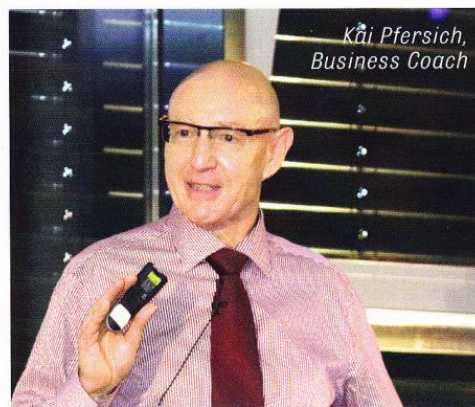


Kundennutzen? Kein Mensch braucht einen Festzins.

Kai Pfersich, renommierter Business Coach und Trainer, zog zu Beginn seines Vortrags Parallelen zur kriminalistischen Arbeit von Schimanski und Co. – denn für einen erfolgreichen Finanzierungsberater geht es um das Gleiche wie für den Kommissar bei der Tätersuche: Was ist das Motiv? Was ist der innere Beweggrund? So wie den Kriminalisten die Antwort auf das Warum zum Täter bringt, so bringt sie uns zum Abschluss – oder wie Kai Pfersich so amüsant formuliert hat: „Ausgehend von den Motiven unserer Kunden wie zum Beispiel Anerkennung, Geborgenheit oder Sicherheit, machen wir unsere Kunden zu ‚Tätern‘ und bringen sie hinter schwedische Gardinen – nämlich die von IKEA.“

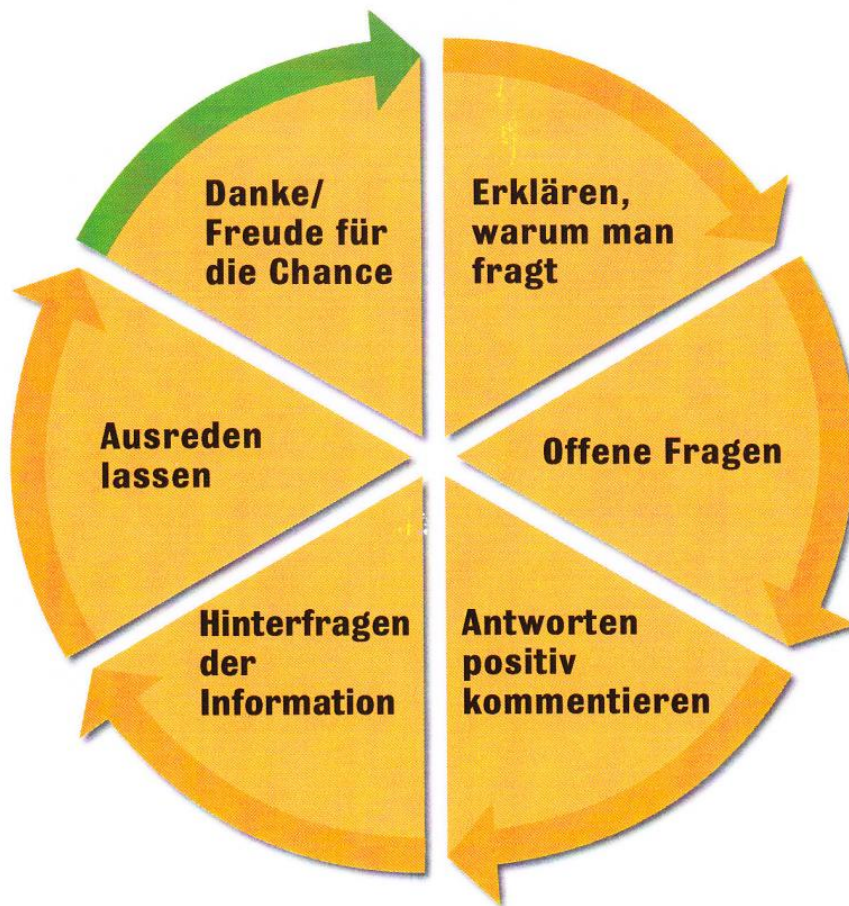
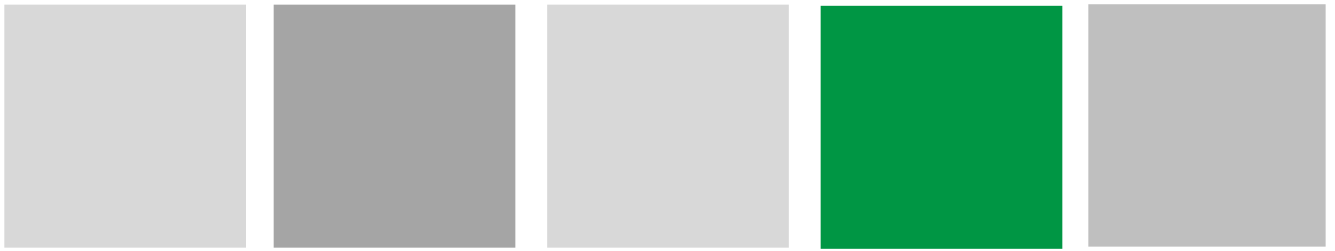
Die entscheidende Frage: Wie erkennt man die wahren Bedürfnisse, die wahren Beweggründe des Kunden, die unter der Oberfläche schlummern? Denn der Zins allein ist es nicht. Für den Kunden geht es eben nicht vorrangig um die Merkmale und technischen Vorteile unserer Dienstleistung, für ihn ist SEIN individueller Nutzen entscheidend. Und den finden wir nur heraus, wenn wir im Beratungsgespräch eine Atmosphäre

des Vertrauens schaffen, so dass sich uns der Kunde auch mitteilt (siehe Schaubild).



Gelingt uns das, ergibt sich eine echte Win-win-Situation: Der Kunde bekommt eine Lösung, die nicht nur günstig ist, sondern die ihn zufrieden stimmt. Wir bekommen den Abschluss und haben einen wertvollen Empfehlungskunden gewonnen.

Mehr von Kai Pfersich hört ihr in seinen weiteren Seminaren für das Interhyp-Privatkundengeschäft wie auch künftig bei Prohyp und MLP Hyp.



Ein gutes Beratungsgespräch geht dem Motiv des Kunden auf den Grund: sechs einfache Regeln.