

topselling

INHALT

- 01 *Top-Thema*
Sparkassen-Privatkredit
- 02 *Verkaufspraxis*
Verkaufen nach dem Abschluss
- 03 *Markt*
Handeln in der Krise
- 04 *Verkaufpsychologie*
Blockaden überwinden (Teil 2)
- 05 *Kommunikation*
Auf die Sprache achten
- 06 *Verkaufstraining*
Testkäufer in der Beratung
- 07 *Organisation*
Verkaufsanlässe finden (Teil 2)
- 08 *Buchtipps*
So macht Verkaufen richtig Spaß
- 08 **Impressum**

EDITORIAL

Test bestanden

Wie reagieren Sie, wenn Sie einen Testkäufer beraten und noch im Gespräch bemerken, dass die Situation nicht „echt“ sein kann? Zeigen Sie dann, dass Sie Ihr Gegenüber „durchschaut“ haben? Ärgern Sie sich über den Test? Oder fühlen Sie sich schlicht verunsichert, befürchten Sie, dass Sie einen Fehler machen?

Der Umgang mit Testkäufern in der Beratung verunsichert immer wieder. Insbesondere dann, wenn man nicht darauf vorbereitet wurde und nicht genau weiß, was denn wohl getestet werden soll.

Nach überstandener Situation wird dann oft bemängelt, dass die schauspielerischen Fähigkeiten des Testers ja völlig unzureichend waren, die Rückfragen nicht zur Situation passten und künstlich wirkten und dass das alles doch insgesamt eine überflüssige Angelegenheit sei. Das mag nachvollziehbar sein, doch bringt es Sie für den nächsten Testkauf

nicht weiter, sondern Sie werden sich wieder unwohl und unsicher fühlen.

Dagegen möchten viele Berater professionell mit Testkäufen umgehen können und sich später über eine gute Bewertung freuen. Wie Ihnen das gelingen kann, lesen Sie auf Seite 6.

Viel Erfolg.

Ihre
Sylvia Hauschild



Top-Thema

Sparkassen-Privatkredit

SYLVIA HAUSCHILD

Soll man in Zeiten der Krise einen Kredit aufnehmen? Wenn der Alleinverdiener der Familie womöglich gerade Kurzarbeit machen muss und das Einkommen daher schon geschrumpft ist? Keine leichte Entscheidung für manchen Kunden. Und doch kann gerade bei finanziellen Engpässen der maßgeschneiderte Sparkassen-Privatkredit helfen, Engpässe zu überbrücken. Scheuen Sie sich daher nicht, den Sparkassen-Privatkredit aktiv

zu verkaufen. Ein neues Auto kann vielleicht momentan nicht warten und die staatliche Prämie gibt es nun einmal nur beim Erwerb eines Neuwagens. Es wäre doch schade, wenn hier Chancen verpasst würden. Die Vorteile des Sparkassen-Privatkredits für den Kunden auf einen Blick:

- ➔ Zinssicherheit über die gesamte Laufzeit,
- ➔ bedarfsgerechte Monatsraten,
- ➔ sofortige Auszahlung nach der Zusage,

- ➔ freie Verwendung der Summe nach Wünschen des Kunden,
- ➔ schnelle und unbürokratische Abwicklung,
- ➔ die Auszahlungssumme ist flexibel und frei vereinbar,
- ➔ der Kunde bekommt eine faire Beratung,
- ➔ die Kreditraten können gegen Arbeitsunfähigkeit, Arbeitslosigkeit und Tod abgesichert werden.

Punkten im Test

Testkäufer in der Beratung

DR. JÜRGEN GRAFFE

Sie sind mitten im Beratungsgespräch. Alles läuft auf den ersten Blick gut, der Kunde möchte zur Altersvorsorge beraten werden und gibt sich recht auskunftsfreudig.

Dann aber kommen Ihnen Zweifel: Wieso wollte er von sich aus beraten werden, obwohl keiner in der Filiale ihn kennt? Und dann noch zu einem solchen Thema? Warum gibt er keine authentische Adresse an? Warum nur die Handynummer zur Kontaktaufnahme? Wer macht schon Altersvorsorgeberatungen „auf der Durchreise“? Die Zweifel mehren sich: Sie sind in einem Testkauf gelandet. Wie gehen Sie am besten mit der Situation um?

Qualitätssicherung

Testkäufe sind gezielt herbeigeführte „vorgetäuschte Einkaufsvorgänge“ in der Finanzberatung. Sie verfolgen das Ziel, etwas über die Qualität der kommunikativen Dienstleistung „Beraten und Verkaufen“ zu erfahren. Getestet werden die unterschiedlichsten Aspekte im Verkaufsverhalten: die Freundlichkeit beim Gesprächseinstieg, die Professionalität in Ausleuchtung der Kundensituation durch geschicktes Fragen oder aber auch die Geschmeidigkeit im Umgang mit möglichen Einwänden. Beim Finanzkonzeptgespräch sollte auch der Bogen eingesetzt werden, um die Professionalität in der Beratung zu steigern.

Plausibilität des Systems

Im Idealfall werden für die jeweiligen Testkaufverfahren das Rollendesign der Testkäufer, deren natürliche schauspielerische Fähigkeiten und das Testinstrument angemessen aufeinander abgestimmt, damit Testkaufvorgänge im Finanzsektor überhaupt gelingen. Häufig aber merken Sie, dass etwas nicht stimmt. Ihnen bleibt in der praktischen Testkaufsituation nur eine Reihe begrenzter Möglichkeiten. Diese aber sind immerhin gut genug, um den Testkaufvorgang für Sie und für den Testkäufer zu einer angenehmen Situation zu machen.

Identifizieren von Testkäufern

Es gibt eine Reihe untrüglicher Signale, anhand derer Sie als Berater einen Testkäufer identifizieren können. Begnügen Sie sich nicht mit dem Vorliegen nur eines Merkmals, achten Sie auf mehrere.

➔ Verzögerungen im Antwortverhalten treten dann auf, wenn der Testkäufer blitzschnell in der Darstellung seiner gelernten Rolle plausible Daten liefern muss: da die Daten nicht der aktuellen Lebenswirklichkeit und damit der eigenen Erfahrung entsprechen, müssen sie „erfunden“ werden und infolgedessen aber auch mit weiteren Daten „zusammengebracht“ werden.

Diese besondere gedankliche Leistung vor dem Sprechen führt zu unnatürlichen Verzögerungen im Antwortverhalten. Antwortet jemand also auf Ihre geschickt im Plauderton gestellten Fragen nicht so schnell, wie man normalerweise antworten müsste, handelt es sich höchstwahrscheinlich um konstruierte Sachverhalte, nicht aber um die Realität.

➔ Der Tester ist auch ohne es zu wollen Produzent des Verhaltens, das er bewerten soll. Das aus den Verhaltenswissenschaften bekannte „Beobachter-Paradoxon“ führt in vielen Fällen dazu, dass die Testkäufer Züge machen, die der Situation nicht angemessen sind. Sie verstehen plötzlich etwas, was noch gar nicht verstanden werden konnte oder aber wundern sich über Sachverhalte, die nicht verwunderlich sind. Die Züge der Gesprächspartner sollen etwas hervorlocken, das im Sinne des Beobachtungsbogens „verwertbares Verhaltensmaterial“ ist.

➔ Ausweichendes Kontaktverhalten legen Personen nur dann an den Tag, wenn sie es nicht ernst mit der Weiterführung von Gesprächen meinen. Warum aber investieren sie dann die Zeit in ein Gespräch? Fragen Sie nach dem Personal ausweis, der privaten Telefonnummer oder der dienstlichen, erhalten Sie immer

nur Ausreden, warum der Kontakt auf diesem Weg nicht geführt werden kann. Wollen Sie etwas zusenden, um den Verkaufsvorgang weiterzuführen, erhalten Sie ablehnende Antworten: „Nein, besser ist, ich hole die Sachen ab.“ Wirklich gute Testkäufer sind bereits Kunde Ihres Instituts und durch eine Vorgeschichte dort verankert, man erkennt diese nicht als solche und meistens wissen sie selbst nicht genau, worin der Testauftrag tatsächlich besteht.

Umgang mit Testkäufern

Es fällt also kaum schwer, Testkäufer zu identifizieren und die Situation zu durchschauen. Würden Sie aber tatsächlich etwas gewinnen, wenn Sie den Testkaufvorgang als solchen „entlarven“? Ihr Institut, der Testkäufer und Sie selbst wären die Verlierer, wenn nach bereits erfolgreicher Gesprächsarbeit die Chancen, positiv zu punkten, dahin wären. Deshalb:

➔ Bleiben Sie auch nach Erkennen des Beratungsvorgangs als Testkauf unbedingt genau so kooperativ und hilfsbereit, wie Sie es vorher waren. Widerstehen Sie dem Reflex, „jetzt nur noch eine Minimalberatung zu machen“, weil es dann im Zweifel sogar dem Ansehen Ihres Instituts schaden könnte, wenn das Ergebnis als „lieblose Beratung“ im Ranking eines veröffentlichten Artikels steht.

➔ Ziehen Sie sämtliche Register, den Beratungsvorgang so durchzuführen, als ob Sie einen guten Freund beraten würden. Achten Sie vor allem darauf, in der Betreuung des Kontaktes nach dem Gespräch Initiative zu zeigen. Selbst wenn Ihnen die Anrufe auf dem Handy komisch vorkommen mögen, führen Sie sie trotzdem durch: getestet wird die Qualität der Kontaktverfolgung nach dem Erstgespräch.

➔ Senden Sie keinerlei Signale, dass Sie den Vorgang als Testkauf durchschaut haben. Sie nähmen sich und Ihrem Institut die Chance, bei der bereits geleisteten Gesprächsarbeit zu „punkten“.