



Rhetorik im Beratungsgespräch

## Besser kommunizieren

Rhetorische Fähigkeiten sind für Berater und Vermittler im **Kundengespräch** von essenzieller Bedeutung. Aber nicht nur das Reden, auch das Zuhören will gelernt sein. Ein Blick auf die zehn größten **Kommunikationsschwächen** des Berufsstandes.

Von Stéphane Etrillard

Viele Anlageberater meinen, aufgrund ihrer langjährigen Erfahrung alles zu wissen, was bei einem Kundengespräch passieren kann und bestens darauf vorbereitet zu sein. Doch die Anzahl der bereits geführten Kundengespräche ist noch lange nicht gleichbedeutend mit deren Qualität.

Denn viele Berater haben Schwächen, was die Rhetorik und das Auftreten anbelangt. Allerdings lassen sich diese Schwächen mit der richtigen Übung meist sehr schnell und leicht ausgleichen. Diese Selbstqualifikation setzt allerdings voraus, dass sich Berater und Vermittler intensiv mit den Methoden der Gesprächsführung auseinandersetzen. Soziale Kompetenz heißt nämlich, dass nicht nur das eigene Ziel vor Augen steht, sondern auch die möglichen Wünsche des Gesprächspartners miteinbezogen werden.

Aus der Vertriebspraxis lassen sich die zehn wichtigsten Fehlerquellen isolieren, die eine effektive Gesprächsführung verhindern. Jeder Finanzdienstleister sollte diese Punkte kennen.

### 1. Sie haben kein Gesprächsziel

Die besten Resultate erzielen Sie in jedem Gespräch, wenn Sie berücksichtigen, welche fachlichen Informationen transportiert werden müssen. Machen Sie sich eine klare Vorstellung davon, was Sie durch das Gespräch erreichen wollen. Es ist von Vorteil, ein Minimal- und ein Maximal-Ziel im Kopf zu haben. Je klarer Ihr Ziel, umso besser werden Ihre Ergebnisse sein. Überlegen Sie auch, welche Erwartungen Ihr Gesprächspartner haben könnte.

### 2. Sie bereiten sich auf Gespräche nicht (mehr) vor

Vielleicht meinen Sie, schon alles zu kennen und zu wissen. Doch jedes Gespräch ist anders, jeder Gesprächspartner hat ein Recht darauf, dass Sie sich auf ihn einstellen. Bereiten Sie sich also in jedem Fall inhaltlich und mental auf das Gespräch vor. Stimmen Sie sich ein und seien Sie pünktlich. Beginnen Sie Ihr Gespräch nie mit einer Entschuldigung. Wenn Sie einen Termin nicht einhalten können, dann rufen

Sie rechtzeitig an und erkundigen sich, ob Sie später kommen können. Wenn Ihr Kunde zustimmt, gibt es keinen Grund, sich zu entschuldigen!

### 3. Sie fallen mit der Tür ins Haus

Kaum sitzen Sie mit Ihrem neuen Kunden an einem Tisch, beginnen Sie auch schon damit, Ihre Produkte zu präsentieren und vielleicht schon erste Forderungen zu stellen. Fragen nach bestehenden Policen oder Einkommensverhältnissen sind sehr persönlich und setzen Vertrauen voraus. Werden sie zu früh gestellt, kann der Kunde sich unter Druck gesetzt fühlen und die weitere Zusammenarbeit blockieren.

### 4. Sie kommen vom Hundertste ins Tausendste

Vermeiden Sie es, Ihren Kunden zu verwirren. Sicher kennen Sie sich exzellent aus, wenn es um Anlagestrate-

gien, Versicherungen oder Investmentfonds geht. Allerdings haben Sie Ihrem Kunden hier einiges voraus. Verunsichern Sie ihn nicht mit unnötigen Fremdwörtern oder komplizierten Erklärungen und Satzgebilden. Er muss verstehen, was er davon hat, wenn er bei Ihnen abschließt. Nicht mehr und nicht weniger. Argumentieren Sie fair und begeistern Sie Ihr Gegenüber durch die eigene Überzeugung. Denken Sie an den Nutzen Ihres Kunden und stellen diesen in den Vordergrund.

### 5. Sie stellen zu wenig Fragen und hören nicht aufmerksam zu

Natürlich müssen Sie Ihrem Kunden etwas über Ihre Produkte oder Ideen erzählen. Manchmal ist weniger jedoch mehr. Fragen Sie Ihren Kunden doch einmal, was ihm für die Zukunft wichtig ist. Möchte er ein Haus als Altersruhesitz oder lieber mit 60 auf die Malediven? Durch gezielte Fragen betreiben Sie eine aktive Gesprächsführung.

Viele Verkäufer begehen immer noch den Kardinalfehler, Kunden von etwas überzeugen zu wollen und wenden dabei eher die Strategie des Überredens an. Sie reden und reden, führen Produktvorteil nach Produktvorteil auf. Dabei ist es viel einfacher, dem Kunden erst einmal aufmerksam zuzuhören, um zu erfahren, was diesen bewegt und welche Probleme er zu lösen hat.

### 6. Sie gehen nicht auf den Gesprächspartner ein

Durch die Informationen, die Sie von Ihrem Gesprächspartner bekommen haben, können Sie ihm ganz gezielt vermitteln, dass Sie ihn verstanden haben und auf seine Vorstellungen, soweit realisierbar, auch eingehen. Betrachten und behandeln Sie Ihr Gegenüber immer als Mensch, der nicht hinter Verkaufstechniken und Abschlusszahlen zurücktreten soll.

### 7. Sie suchen keine Gemeinsamkeiten und halten kein Ergebnis fest

Arbeiten Sie bei dem Gespräch regelmäßig Gemeinsamkeiten heraus. Fassen Sie bestimmte Gesprächsabschnitte immer wieder zusammen, so dass Sie beide bis zu einem genau festgelegten Punkt übereinstimmen. Dann ist es am Schluss auch gar nicht mehr aufwändig, das Ergebnis festzuhalten. Fassen Sie die drei wichtigsten Punkte Ihres Gesprächs zusammen. Normal geschieht dies zunächst mündlich und im Anschluss, mit dem Auftrag oder der Bestätigung, auch noch schriftlich. Benutzen Sie Ihren Kunden jedoch nicht als „Melkkuh“, sondern als langfristigen Partner, dem Sie exzellenten Service bieten. Dienen kommt vor Verdienen!

### 8. Sie halten sich nicht an den vereinbarten Gesprächsrahmen

Ein Anlageberater erzählte, dass er immer sehr gerne mit seinen Kunden zu Abend isst, weil diese ihn nicht mehr gehen lassen. Ob freiwillig, sei dahingestellt! Natürlich sollen Sie einen menschlichen Draht zu Ihren Kunden aufbauen, allerdings sollte ein vorab bestimmter Rahmen eingehalten werden. Falls Ihre erfolgreichen Kunden im Zeitalter des Internets über breite Vorkenntnisse über Anlagen und Versicherungspolicen bestens informiert sind, können Sie im Gespräch gleich zum entscheidenden Punkt kommen.

### 9. Sie zeigen Unsicherheiten oder sind allwissend

Sie können nicht alles wissen. Als Berater müssen Sie Ihren Kunden mit bestem Wissen und Gewissen beraten. Kein Kunde wird Ihnen böse sein, wenn Sie einen Tatbestand erst klären müssen. Eventuell gibt es in Ihrem Team Experten für Spezialgebiete. Zeigen Sie keine Unsicherheit, weil sich diese schnell auf den Kunden überträgt und er dann nicht mehr sicher ist, dass Sie der richtige Berater für ihn sind. Aber auch ein Mr. Allwissend kommt nicht gut an. Sie sind und bleiben ein Mensch – auch als Anlageberater.

### Die 4 Souveränitätsprinzipien

- **Sie sind selbstbewusst**  
Erfolgreiche Anlageberater wissen um ihr Potenzial. Sie sind davon überzeugt, ihren Kunden etwas zu bieten. Sie kennen ihre Stärken und Schwächen. Sie bereiten sich auf jedes Gespräch intensiv vor und strahlen auf diesem Fundament aufbauend Ruhe und Gelassenheit aus.
- **Sie sind authentisch**  
Erfolgreiche Anlageberater sind immer sie selbst. Egal, in welcher Situation, sie spielen nie eine Rolle, sondern verkörpern in jeder Situation das, was sie darstellen und das, was ihre Persönlichkeit ausmacht.
- **Sie können mit Sprache umgehen**  
Erfolgreiche Anlageberater beherrschen die deutsche Sprache. Sie kennen die entscheidenden Schlüsselwörter einer positiven Gesprächsführung und begeistern durch eine lebendige Gesprächsführung mit vielen bildhaften Beispielen.
- **Sie verstehen es zu begeistern**  
Erfolgreiche Anlageberater ziehen Gesprächspartner in ihren Bann. Sie sind begeistert von dem, was sie darbieten und diese Begeisterung überträgt sich auch auf die Kunden. Nicht nur durch die verwendeten Worte, sondern auch durch eine lebendige Körpersprache, durch Gestik und Mimik.

### 10. Sie bieten negative Reibungsflächen

Stil und Outfit spielen heutzutage eine immer wichtigere Rolle im Verkauf. Präsentieren Sie sich von Ihrer besten Seite, denn für den ersten Eindruck haben Sie keine zweite Chance. Unterschätzen Sie das Zwischenmenschliche nicht. Eine Knoblauchfahne wird bestimmt nicht zu Ihren Gunsten sprechen. Allzu leger ebenso wie übertrieben luxuriöse Kleidung oder ein auffällig teures Auto und protziger Schmuck kann auf Kunden seriös wirken. In Ihrem Beruf gilt Seriosität als oberster Grundsatz, denn Ihre Kunden vertrauen Ihnen ihr Bestes an. Sie verkaufen in erster Linie Vertrauen!



#### DER AUTOR

**Stéphane Etrillard** ist Wirtschaftstrainer, Coach und Fachautor mit Schwerpunkt auf Vertriebsworkshops in Rhetorik, Dialektik und Selbst-PR.