



Google & Friends

Emotionen in der trockenen Finanzwelt wecken
und transportieren - Kunden begeistern

Der Kundentermin naht. Wir kennen unseren Kunden in- und auswendig. Wir wissen, wie er tickt, was ihn antreibt und was ihn im Moment und zukünftig bewegt. Aus den bisherigen Kontakten haben wir ein klares Bild über seine beruflichen, wirtschaftlichen sowie privaten Ziele und Pläne. Die Vertrauensbasis ist hoch und damit auch die verbundene Erfolgsaussicht für einen Abschluss. Der Kunde ist uns emotional sehr verbunden.

Bei mindestens 50% unserer Kunden ist leider das Gegenteil der Fall. Meistens haben wir nur eine Vermutung nach der Strategie: „Ich glaube... ich meine... eigentlich müsste der Kunde/ die Kundin...“. Dabei stehen uns heute zahlreiche Werkzeuge (oft kostenlos) zur Verfügung um das Thema Emotion und Vertrauen viel stärker zu nutzen. In vielen Fällen wird das Potenzial von Google & Friends allerdings noch nicht ausgeschöpft und ist auch noch keine Routine im Vertriebsalltag. Im Kern liegt es an:

- dem fehlenden Wissen (z. B. 10 Standardsuchbefehle bei Google zur schnelleren Eingrenzung)
- der souveränen und sicheren Anwendung in der Gesprächsvorbereitung sowie im Verlauf des Gesprächs
- der notwendigen Haltung zur Nutzung dieser Möglichkeiten
- Bereitstellung von technischen Voraussetzungen (z. B. schnelles Netz, Zugang zu speziellen Homepages, qualitative Tonwiedergabe bei youtube-Videos)
- Fehlende Standards in der Nutzung der sozialen Netzwerke und Werkzeuge

Ich lade Sie auf eine kurze Gedankenreise ein. Lassen Sie einmal während Sie die Fragen lesen Ihre Mannschaft vor Ihrem geistigen Auge vorbeilaufen:

- Wie viele Ihrer Mitarbeiter nutzen konsequent und systematisch Google, Xing, Facebook, LinkedIn, Instagram, youtube und Co. in der Gesprächsvorbereitung bzw. -durchführung?
- In wie weit sind die 10 Standardsuchbefehle zur effektiven Eingrenzung bei Google bekannt?
- Wie sicher sind Ihre Mitarbeiter darin, aus dem Xing-Profil erste Hinweise auf die Motivstruktur des Kunden zu bekommen?
- Wie nutze ich spielerisch Bilder und Videos im Kundengespräch?
- Wie gelingt die dosierte Anwendung und der authentische Transport um das Thema „Emotion & Vertrauen“ wirklich erlebbar zu machen?
- Wie viele Ihrer Mitarbeiter brennen darauf, diese technischen Möglichkeiten im Arbeitsalltag zielgerichtet anzuwenden?

Stellen Sie sich bitte jetzt einmal vor, es wäre wirklich so...! Klasse?

Ein kleines Beispiel: Nehmen wir jetzt an Ihre Berater*innen reagieren grundsätzlich wie folgt, wenn der Kunde die Frage nach seinem Hobby mit „Ich fahre Rennrad!“ beantwortet:

Schritt 1:

Frage: „Was fahren Sie für ein Rennrad?“ – Google -> Eingabe des Modells -> Klick auf Reiter „Bilder“ -> Kunde erzählt etwas zum Rad

Schritt 2:

Frage: „Was ist das Besondere an diesem Rennrad?“ -> Aufnahme der Spezifikationen (auch wenn man gar keine Ahnung hat, kurz nachfragen)



Google & Friends

Emotionen in der trockenen Finanzwelt wecken
und transportieren - Kunden begeistern

Schritt 3:

Frage: „Wo fahren Sie mit dem Rennrad?“ (z. B. mögliche Antwort: Nürburgring, Fuchsröhre) – youtube -> Eingabe „Rennrad Fuchsröhre“ -> Video ablaufen lassen und Emotionen abrufen

Schritt 4:

Frage: „Was treibt Sie an, durch die Fuchsröhre mit so einer hohen Geschwindigkeit zu rasen?“ -> Aufnahme der Kundenmotive und vertiefendes Fragen nach der Strategie „Was genau bedeutet das für Sie, was ist in diesem Moment der echte Kick?“

Schritt 5:

...Die Frage nach der Unfallversicherung und die Produkterläuterung kommt auch, aber erst sehr viel später ;-)

Mit ein paar einfachen Klicks, der passenden Technik und etwas souveräner Gesprächsführung können wir das Thema „Emotionen“ relativ einfach triggern. Die Grundsystematik ist im Präsenztermin wie in der Onlineberatung identisch. Es hilft uns, den Kunden **näher kennenzulernen**, das **Vertrauen zu stärken**, ihn zu **begeistern** und ihn für uns zu **gewinnen**. Wir erfahren wesentlich mehr über seine **Motivwelt**, dies vereinfacht wesentlich den **emotionalen Nutzentransport** unserer Finanzprodukte.

Es gilt der Grundsatz: „Der Verstand **bewertet** – Die Emotion **entscheidet!**“

Gerne unterstützen wir Sie bei der intensiveren und breiteren Nutzung von Google & Friends und diskutieren mit Ihnen die passgenauen Möglichkeiten. Im Rahmen unserer innovent-online-akademie (<https://webakademie.innovent-training.de/start>) haben wir praxiserprobte Lösungen, die sich auf Ihre Zielsetzung und Kultur pragmatisch anpassen lassen – ganz nach unserem Grundsatz: **einfach, wirksam und erlebbar**

Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme

Ihre innovent consult aus Münster!