

BERGITAL

Hier eine sehr alte Vertriebsgeschichte. Ich glaube, dass ich sie vor 30 Jahren zum ersten Mal gehört habe. Sie war Teil von vielen Verkaufstrainings und wurde gerne auch bei Vertriebsorganisationen eingesetzt. Verkaufstrainings finden heute kaum noch statt, was ich sehr bedaure, denn allzu oft erlebe ich, dass der Vermittler immer weiter mit Produktinfos auf den Kunden einschlägt.

In der heutigen Zeit, in der Produktinfos überall zugänglich sind, ist es wichtig mehr über das "Wozu" zu sprechen und mit dem Kunden in den Dialog zu gehen.

Übung: Schau in deinen "virtuellen" Produktkoffer und erarbeite, aus Sicht des Kunden, welches Problem, mit welchen Auswirkungen, wird mit diesem Produkt gelöst. Deine Antworten dürfen keine Zahlen beinhalten.

Der Versicherungsverkäufer und der Seifenverkäufer

Ein Versicherungsverkäufer war frustriert. Er arbeitete hart, führte viele Gespräche und erklärte seinen Kunden geduldig Tarife, Bedingungen und Leistungen. Trotzdem unterschrieben nur wenige.

Eines Tages traf er einen Mann, der als besonders erfolgreicher Verkäufer galt – einen Seifenverkäufer.

Neugierig fragte er ihn:

„Ich verstehe es nicht. Ich erkläre meinen Kunden genau, wie meine Produkte funktionieren. Trotzdem kaufen viele nicht. Wie machen Sie das?“

Der Seifenverkäufer lächelte und sagte: „Ich verkaufe keine Seife.“

Der Versicherungsverkäufer runzelte die Stirn. „Wie meinen Sie das?“

Der Seifenverkäufer erklärte:

„Wenn ich mit Menschen spreche, rede ich nicht über Seife. Ich rede darüber, was sie bewirkt.“

Er fuhr fort:

„Seife sorgt dafür, dass Menschen gut riechen und schafft somit Nähe. Sie sorgt dafür, dass Kleidung sauber ist. Und sie schützt Menschen vor Krankheiten.“

Dann sah er den Versicherungsverkäufer an und fragte: „Und Sie – was verkaufen Sie?“

Der Versicherungsverkäufer antwortete: „Versicherungen.“

BERGITAL

Der Seifenverkäufer schüttelte den Kopf. „Nein“, sagte er ruhig. „Sie verkaufen nicht Versicherungen.“

Er machte eine kurze Pause.

„Sie verkaufen Sicherheit.

Sie sorgen dafür, dass Kinder unbeschwert spielen können.

Sie geben Unternehmerinnen und Unternehmern den Mut zu investieren.

Sie ermöglichen Unternehmern und Familien, ihre Träume umzusetzen.“

Dann fügte er hinzu:

„Versicherungen schaffen Planbarkeit.

Und sie geben Menschen Ruhe.“

Der Versicherungsverkäufer verstand plötzlich.

Er hatte immer versucht, **Versicherungen zu erklären**.

Von diesem Tag an begann er, über **Sicherheit, Zukunft und Möglichkeiten** zu sprechen.

(aus unbekannter Quelle abgewandelt)