

Ruf an!

Vertrieb | 06.03.2015

Neukundengewinnung für Versicherungsmakler - Erfolg mit Kaltakquise

Neukundengewinnung für Versicherungsmakler - Erfolg mit Kaltakquise

Einfach mal zum Hörer greifen - Neukundengewinnung funktioniert auch per Kaltakquise am Telefon, meint Vertriebsprofi Tim Taxis.

Foto: © Hebi65 / pixabay.com

Für Versicherungsmakler, die im Geschäftskundenbereich tätig sind, ist die Kaltakquise eine der schwierigsten Vertriebsaufgaben. Dabei ist der telefonische Erstkontakt der effektivste Weg zu neuen Kunden. Tim Taxis, der Experte für nachhaltige Geschäftskunden-Akquisition, gibt konkrete Tipps zur erfolgreichen Neukundengewinnung.

Der Griff zum Telefonhörer, um neue Kunden zu akquirieren – vielen Versicherungsmaklern im Business-to-Business-Umfeld ist kaum etwas mehr verhasst. „Bringt nichts, macht keinen Spaß, bedeutet nur Frust“, so die landläufige Meinung in den Versicherungsunternehmen. Doch die telefonische Kaltakquise kann auch einfach und erfolgreich sein – und zudem Spaß machen. Dem Anrufer wie dem Angerufenen!

Nur: Die meisten Makler machen bei ihrer telefonischen Akquise meist genau das, was dann zu dem führt, was sie am meisten fürchten: Misserfolg und Ablehnung. Indem sie mit alten Mustern nach Schema F in's Gespräch starten, sind sie es selbst, die den Widerstand des Angerufenen provozieren. Denn kein Kunde mag Anrufe in der Art: „Guten Tag, Firma XY, Neumann mein Name. Wir sind ein junges Versicherungsmaklerunternehmen ...“ oder noch schlimmer „Guten Tag, Firma XY, Neumann mein Name. Haben Sie gerade zehn Minuten Zeit für mich?“

Mit Gesprächseinstiegen nach Schema F bedienen Sie nur den Abblock-Knopf!

Damit Sie als B2B-Makler nicht von vornherein am Telefon abgeblockt werden, müssen Sie die alten Gesprächseinstiege durch neue ersetzen. Denn: Nicht nur wir Anrufer haben Muster, die Angerufenen haben ihrerseits Muster: Muster in der Wahrnehmung. Folge: Wenn Sie nach Schema F in das Gespräch starten, denkt der Kunde automatisch „Ach je, wieder einer, der mir was verkaufen will“ – und schon folgt sein „Kein Interesse, keine Zeit, kein Bedarf“.

Dieses Ursache-Wirkungs-Prinzip nenne ich den „Klick-Surr-Effekt“. Was meine ich damit? Sicher kennen Sie noch die klassischen Kassettenrekorder. Die hatten vorne einige Tasten, und auf einer stand „Play“. Jedes Mal wenn Sie „Play“ gedrückt haben (Klick), lief das eingelegte Kassettenband ab (Surr). Sehr verlässlich ... Dieser Effekt wirkt in genau derselben Weise in der Kaltakquise mit den alten Gesprächsmustern nach Schema F. Wenn Sie schlecht in Ihre Telefonate starten, drücken Sie unbewusst den Abblock-Knopf des Kunden (Klick), und direkt läuft seine Kassette mit dem Band „Best of Abblocken – Greatest Hits“ ab (Surr).

Diese „Neins“ sind alle sogenannte „Ablehnungs-Neins“, – Ablehnung auf der Beziehungsebene. Der Angerufene hat schlicht keine Lust auf solch ein Gespräch. Dadurch ist das Telefonat meist zu Ende, bevor es überhaupt angefangen hat.

Türöffner beim Kunden: Der „Auf-den-Punkt-Einstieg“

Diesen automatischen Ablehn-Effekt vermeiden Sie mit dem „Auf-den-Punkt-Einstieg“. Er öffnet wie ein Generalschlüssel alle Türen. Das Beste daran: Sie werden mit diesem Einstieg nie wieder „Keine Zeit!“ hören. Da, wo Ihnen bisher ein Einwand oder gar direkt ein „Keine Zeit!“ entgegengebracht wurde, kommen Sie jetzt ins Gespräch. Noch besser: Sie erhalten nicht nur die Zustimmung des Angerufenen zum Gespräch, sondern bekommen obendrein noch eine positive Emotion von ihm geschenkt. Glauben Sie nicht? Dann zeige ich es Ihnen direkt am Beispiel.

Kunde: „*Maier.*“

Sie: „*Guten Morgen Herr Maier, mein Name ist Markus Neumann von der Firma XY.*“

Kunde: „*Grüß Sie.*“

Sie: „*(Herr Maier,) Darf ich gleich zum Punkt kommen!?*“

Kunde: „*Ja, gern!*“

Diese Antwort werden Sie immer (!) erhalten: „Ja, gerne.“ oder „Ja, bitte!“ Ihre Motivation für die Kaltakquise wird das enorm steigern. Denn mit diesem „Auf-den-Punkt-Einstieg“ wissen Sie künftig vor jedem Griff zum Telefon, dass Sie Zustimmung zum Gespräch und sogar noch eine positive Emotion vom Kunden geschenkt bekommen.

Den Gesprächsfluss erhalten: Fragen statt Sagen

Sind Sie erfolgreich ins Gespräch eingestiegen, gilt es, den Sog und natürlichen Gesprächsfluss im weiteren Telefonat zu erhalten. Der Erfolgsschlüssel hier: Fragen statt Sagen. Die meisten Versicherungsmakler reden zu viel – von sich, ihrem Angebot und der Agentur, die sie vertreten – oder arbeiten mit „alten Verkäuferfloskeln“ und schlechten Fragen anstatt den Kunden mit gezielten offenen Fragen aktiv einzubinden. Folge: Der Kunde merkt, dass sie ihm nur etwas verkaufen wollen – dass sie also mehr Interesse an sich selbst und ihrem Abschluss haben anstatt an ihm und seiner Meinung.

Ersetzen Sie Ihre Sagetechniken mehr und mehr durch Fragetechniken! Denn Behauptungen schließen den Geist, Fragen aber öffnen ihn. Indem Sie Fragen stellen, rücken Sie den Kunden und seine Wünsche in den Mittelpunkt und erwecken nicht den Eindruck, dass Sie „nur etwas verkaufen wollen“. Der Kunde wird das Gespräch mit Ihnen als angenehm empfinden und sich mitteilen.

Letztlich geht es darum, zu überzeugen ohne zu argumentieren. Das gelingt mit der TAXIS-Methode. Der Angerufene wird sich Ihnen mitteilen, und Sie erhalten Ansatzpunkte für Ihren Terminabschluss! Hier ein Beispiel:

Neumann: *„Wir möchten Ihr künftiger Berater für die betriebliche Altersvorsorge Ihrer Mitarbeiter werden – aber nur, wenn das für Sie wirklich Sinn macht. Dazu hab ich eine kurze Frage, ist das okay?“*

Maier : *„Äh, ja ...“*

Neumann: *„Wenn Sie an Serviceleistungen mit echtem Mehrwert im bAV-Bereich für Mitarbeiter denken: Was wünschen Sie sich da? Was ist in Ihrem Unternehmen noch nicht zufriedenstellend gelöst?“*

Sie werden in der Praxis feststellen, wie selbstverständlich sich die Kunden nun mitteilen. Durch diese Art der Gesprächsführung (nicht lange bla bla „Wir sind..., wir machen ..., wir haben“ – also von sich zu reden –, sondern mit gezielten Fragen direkt auf den Kunden einzugehen) wird sich die Qualität Ihrer Gespräche von „push“ auf „pull“ drehen. Also nicht mehr (über-)reden, sondern den Kunden kommen lassen. Das macht die Akquise – für beide Seiten! – sehr viel angenehmer und einfacher.

Machen Sie den Entscheider ausfindig!

Wichtig ist, dass Sie bei der Neukundengewinnung von vornherein mit „dem Richtigen“ sprechen. Viele Makler, die im Geschäftskundenbereich tätig sind, begehen einen Kardinalfehler: Sie reden für gewöhnlich mit demjenigen, der ihnen am angenehmsten ist oder mit dem, der angefragt hat, weil sie meinen, mit ihm auf Augenhöhe zu sein. Zielführend ist jedoch nur, mit dem Richtigen zu sprechen – nämlich dem Entscheider. Damit ist die Person gemeint, die zu Ihrem Angebot alleine „Ja“ sagen kann. Sie hat die Budgethoheit, verfügt über Gelder und entscheidet, wohin sie fließen. Sie müssen dabei nicht grundsätzlich an den Vorstand einer Aktiengesellschaft herantreten oder an den Geschäftsführer einer GmbH. Entscheider heißt für Sie: Wer verfügt über das Budget für Ihr Angebot? Dies müssen Sie bei jedem Unternehmen individuell in Erfahrung zu bringen. Genau da beginnt für Sie die Kaltakquise!

So verbessern Sie sich kontinuierlich in der Telefonakquise

Machen Sie nach jedem (!) Akquise-Telefonat eine kurze Rückschau und fragen Sie sich:

- Wie lief's (Ziel erreicht oder nicht)?
- An welcher Stelle hat sich das Gespräch entschieden?
- Was habe ich da gesagt/gemacht und wie genau?
- Wie mach ich es beim nächsten Mal?

Tragen Sie sich Ihre Stärken bzw. Verbesserungsansätze direkt in Ihren Leitfaden ein – oder erstellen Sie eine „Denk-dran“-Datei, die Sie sich vor jedem Telefonat bzw. Kundenbesuch etc. nochmals zu Gemüte führen.



Über den Autor:

Autor Tim Taxis ist der Experte für nachhaltige Geschäftskunden-Akquisition und Dozent an der ESB Business School der Hochschule Reutlingen. Er war viele Jahre in verschiedenen Vertriebspositionen in der Industrie und im komplexen Dienstleistungsgeschäft tätig, bevor er 2007 sein Unternehmen Tim Taxis Trainings gründete. Heute zählt er zu den gefragtesten Vertriebstrainern und -Speakern im deutschsprachigen Raum. Sein Buch zum Thema „Heiß auf Kaltakquise“ ist in 2. Auflage im Haufe-Verlag erschienen. Für alle mit wenig Zeit, und jene, die die

Akquise-Hilfen gerne immer griffbereit in der Tasche haben wollen, gibt es außerdem eine kompakte Mini-Buch-Variante: „Tim Taxis: Heiß auf Kaltakquise in 45 Minuten. Wie Sie das Vorzimmer erobern und den Entscheider gewinnen.“ Kurz und prägnant – ebenfalls mit vielen Beispielen aus der Praxis für die Praxis. Weitere Informationen gibt es auch auf [Tim Taxis Homepage](#).