



Sehen Sie dazu das Video 3-2 auf der Webseite
www.akquise-werkzeuge.de/onlinetraining-modul-3

Kurzpräsentation

Ein Vermittler stellt sich vor

Eine Interessentin oder ein Interessent hat sich in einem Internetportal eingetragen und möchte Informationen über eine Berufsunfähigkeitsversicherung (BU) bekommen. Der Vermittler hat den Datensatz (das „Lead“) mit den Interessenten-Daten sofort nach der Eintragung digital erhalten.

Der frühe Vogel fängt den Wurm

Die Assistentin oder der Vermittler selbst rufen den Interessenten zeitnah an. Zeitnah bedeutet: möglichst sofort in den ersten Minuten nach Leadeingang. Statistische Untersuchungen und die Erfahrungen aus der Praxis zeigen: Wer ein Lead schnell anruft, hat die höchste Chance auf einen Beratungstermin und den Abschluss.

3-stufiger Vertrauensaufbau vor der Kurzpräsentation

1. Assistenz oder Vermittler achten auf einen möglichst guten **ersten Eindruck**
2. Sie haben Ihre „**Klingende Visitenkarte**“ übergeben, die wir schon erarbeitet haben: Siehe Video 2-2 auf der Webseite ...
3. Der Interessent wird mit einem starken **Aufhänger** abgeholt. Sinngemäß: „Sie haben sich gerade eben auf der Webseite [Domain-Name] für eine Berufsunfähigkeitsversicherung interessiert und schreiben, dass Sie [Zitat]...“

Für Ihre Anmerkungen:

Wenn die Assistentin das Lead anruft, sagt sie:

„Herr Goldmann ist Experte für Personenversicherungen und hat über 35 Jahre Berufserfahrung. - Er hat schon über 5000 Beratungen gemacht und fast zu viele Kunden. Schauen Sie doch mal in das unabhängige Bewertungsportal whofinance.de, da hat er über 200 Bewertungen von Kunden mit 4,85 von fünf möglichen Sternen. Er ist in den Top Ten von über 3.000 Finanz und Versicherungsberatern in Deutschland und die Nummer eins in Hessen. (0.50.780)

Wenn der Vermittler selbst anruft, sagt er:

„Ich bin Experte für Personenversicherungen und habe über 35 Jahre Berufserfahrung. - In der Zeit habe ich schon über 5000 Beratungen gemacht und fast zu viele Kunden. Schauen Sie doch mal in das unabhängige Bewertungsportal whofinance.de, da habe ich über 200 Bewertungen von Kunden mit 4,85 von fünf möglichen Sternen. Ich bin in den Top Ten von über 3.000 Finanz und Versicherungsberatern in Deutschland und die Nummer eins in Hessen.

Was wirkt am Telefon? In diesem Video stellen wir Ihnen drei Erfolgsfaktoren von 19 vor. Die übrigen Erfolgsfaktoren finden Sie in den anderen 6 Praxisbeispielen. Die Links zu diesen Videos finden Sie auf der nächsten Seite.

Konkrete Zahlen

Die Kombination aus bildhafter Argumentation und konkreten Zahlen erzielt eine hohe Wirkung – wird abgespeichert und erinnert:

- Konkrete Zahlen wie „er hat **35 Jahre** Berufserfahrung“ wirken stärker als die Aussage „er hat viele Jahre Berufserfahrung“.
- „Über **5000 Beratungen**“ stärken das Vertrauen und geben ein Gefühl der Sicherheit, beim richtigen Berater zu sein.
- „Über **200 Bewertungen**“ wirkt stärker als „viele Bewertungen vom Kunden“.

Bildhafte Formulierungen

„Schauen Sie doch mal...“ ist eine Visuelle Formulierung, die im Kopf des Kunden ein Bild entstehen lässt. Die stärkste Wirkung entsteht, wenn sie einen bewegten Film im Kopf des Gesprächspartners erzeugen und am Laufen halten. Das wirkt am Telefon sehr stark, weil wir uns nicht sehen. So haben Sie die höchste Aufmerksamkeit.

Wo sind Sie die Nummer eins?

Starke Wirkung erzielt die Aussage: „Der Versicherungsexperte ist die Nummer eins in Hessen“. Wenn Sie irgendwo die Nummer eins sein können, sagen Sie es! Bei Marktführern wird allein deshalb gerne gebucht, weil sie die Nummer eins sind. Bei der Nr. 1 zu kaufen, gibt ein Gefühl der Sicherheit. Besonders in der Finanzbranche ist ja dieser Argumentations-Baustein sehr beliebt. Deshalb unsere Empfehlung: Entwickeln Sie eine Positionierung, in der Sie die Nr. 1 sein könnten.

Für den Entwurf Ihrer Kurzpräsentation:

Aus den anderen Videos mit Beispielen aus Kurzpräsentationen:

Video 3-1

Bildhafte Formulierungen und Filme bewegen Kunden | Konkrete Zahlen überzeugen und werden erinnert | Experten weckt Vertrauen | Referenzen überzeugen |

Video 3-2

Zahlen, Daten, Fakten | Wir sind die Nr. 1 | Präsens aktiv wirkt besser |

Video KP3

Video KP4

Video KP5

Video KP6

Video KP7