

EMOTIONALE FINANZBERATUNG » TRÄUME VERKAUFEN STATT VERTRÄGEN

Prof. Dr. Jürgen Weimann · 13. Mai 2022

Finanzprodukte sind langweilig und eher trocken. Häufig gilt das leider auch für die Ansprache- und Beratungsstrategien von Banken und Sparkassen. Produktnutzen stehen im Vordergrund, meist vollkommen an der Lebensrealität der Kundinnen und Kunden vorbei. Menschen wollen berührt werden, nicht plump angesprochen. Verkaufen Sie Träume statt Bausparverträge!

Das neue Traumauto. Die neue Immobilie im Grünen. Das gute Gefühl, wenn man an seine Altersvorsorge denkt. Der Schutz im Falle von Krankheit. Finanzprodukte sind so viel mehr als nur Produkte. Sie sind Möglichmacher und Traumerfüller. Gedanken an unsere Wunschziele lassen uns träumen. Das Meer ist förmlich sichtbar, das Gefühl vom Einzug in das Traumhaus spürbar. Doch: Wie spürbar sind diese Emotionen für Ihre Kundinnen und Kunden?

Gibt man bei YouTube den Suchbegriff „finanzielle Freiheit“ ein, so erscheinen im März 2022 knapp 8 Mio. Suchtreffer. Blickt man in die aktuellen Bestseller-Listen von Sachbüchern, finden sich zahlreiche Titel mit Finanzhintergrund in den Top 10. In den Podcast-Charts zeigt sich das gleich Bild: zahlreiche Podcasts, die sich mit finanzieller Bildung beschäftigen.

Allen Kanälen gemein ist: kein einziges Finanzinstitut ist mit seinem Know-how und Wissen präsent. Erst nach langer, intensiver Suche findet sich ein Video einer Sparkasse, das die Immobilienfinanzierung erklärt. Ein guter Versuch. Leider konzentriert sich der Inhalt auf die Unterlagen, die man zur Sparkasse mitbringen sollte, wenn man eine Finanzierung beantragt, anstatt sich mit den für den Kunden relevanten Fragen zu beschäftigen, z. B. „Wie ermittle ich einen fairen Immobilienpreis?“ oder „Welche Rate ist ca. je 100.000 € Finanzierungssumme zu tragen?“.

Nun frage ich Sie: **Sind Ihre Vertriebsmitarbeitenden noch Produktverkäufer*innen oder schon Traumerfüller*innen?**

Um Träume erfüllen zu können, braucht es zunächst die Neugierde, diese herausfinden zu wollen. Was treibt mein Gegenüber an. Wovon träumt meine Kundin oder mein Kunde? Dies gelingt durch die

ergebnisoffene, aber zielgerichtete Frage, verbunden mit einem wahrhaften menschlichen Interesse – nicht durch ein stumpfes Abfragen, weil das Finanzkonzept das so will. Die menschliche Begegnung, mit Offenheit und Empathie, das ist es, was wirklich weiterbringt. So gerne erzählen Menschen von ihren Vorhaben und Träumen. Banken und Sparkassen können hier zu Traumerfüllern werden: Mit der entsprechenden Finanzierung die Immobilie ermöglichen. Durch die smarte Anlagestrategie zur finanziellen Freiheit führen. Mit der richtigen Absicherung ein gutes Gefühl schaffen. Es ließen sich unzählige weitere Beispiele finden.

Achten Sie daher bei Ihren Ansprache- und Beratungsstrategien darauf, dass der Mensch nicht zu kurz kommt. Viel zu häufig erleben Kundinnen und Kunden entweder eine reine „Ich-klicke-am-Bildschirm-Beratung“ oder eine „Ich-lotse-Sie-durch-unsere-komplizierten-Prozesse-Beratung“. Natürlich spielt der Rahmen bei der Beratung eine ebenso entscheidende Rolle. Ein digitalaffiner Kunde, dem keine digitale Option, sondern ausschließlich die Möglichkeit eines persönlichen Besuchs in der Filiale gegeben wird, wird das Gesamterlebnis sicher – trotz emotionaler Beratung – als mangelhaft bewerten. Verkürzt lässt sich sagen: **Eine Beratung muss einen größeren Mehrwert bieten als eine 10-minütige Google-Suche zu dem entsprechenden Thema.**

Behalten Sie diese Aspekte im Auge; werden Sie Wunscherfüller.



Über den Autor: Prof. Dr. Jürgen Weimann

Prof. Dr. Jürgen Weimann ist Berater, Sparringspartner und Keynote-Speaker für Transformation und Führung in Banken und Sparkassen. Seit 1997 in der Bankenbranche, seit 2015 selbstständig, Professor für Digital Strategy an der DBU Berlin und Host des Podcasts Everyone Counts. Seine These: Strategien scheitern an der Umsetzung. Umsetzung scheitert an mangelnder Führung. Führung beginnt beim Vorstand.

juergenweimann.com · buero@juergenweimann.com · +49 176 61 01 68 62