

Referenzstory – Branche: Versicherungen

Trainingsmaßnahme für „Die FAmilienschützer“ Financial Netzwerk GmbH



Schutzbegleiter: Wenn Vertriebsmitarbeiter zum Weggefährten werden

„Die FAmilienschützer“ Financial Netzwerk GmbH, eine der großen deutschen Generalagenturen in Deutschland und Partner der Nürnberger Versicherung, möchte diesen Leitgedanken im Innendienst noch mehr verwirklicht haben.

Rundum-Beratung für die ganze Familie

Schon der Unternehmensname „Die FAmilienschützer“ verweist auf den ganzheitlichen Ansatz: Rundum-Schutz für die gesamte Familie, und zwar generationsübergreifend. „Darum sollten auch unsere Mitarbeiter im Innendienst die Einstellung aufbauen, sich im Telefonkontakt in die Vorstellungswelt der Kunden zu begeben“, beschreibt Bruno Gagliardi, geschäftsführender Gesellschafter und Leiter Vertrieb des Unternehmens mit Hauptsitz in Neunkirchen/Saar, die Herausforderung. „Denn wenn sie den Menschen verstehen, können sie Interesse wecken, den wahren Bedarf analysieren und eine Nutzenargumentation aufbauen, die den Kunden genau dort abholt, wo er steht.“ Das gilt auch für den Außendienst – in einem Training sollten jedoch vor allem die Innendienstler lernen, auf die jeweilige Lebenssituation des Kunden angepasste und pointierte Verkaufsgespräche zu führen.

Dazu holte sich Bruno Gagliardi – selbst Trainer und Coach – den Trainerprofi Herbert Kieffer ins Haus. In einem Intervalltraining, bei dem die Trainingstage im einwöchigen Abstand stattfanden, wurden 30 Mitarbeiter in zwei Gruppen von diesem geschult. Mit dabei: Mitarbeiter mit langjähriger Berufserfahrung, aber auch Auszubildende, die ihre Arbeit gerade erst aufgenommen haben.

„Mit seiner ruhigen Art, seinem didaktischen und rhetorischen Geschick sowie seinem unvoreingenommenen Blick von außen hat der Trainer den entscheidenden Impuls zur Weiterentwicklung der Teilnehmer gegeben.“ Dabei griff er als ehemaliger Wirtschaftsjournalist auf die hohe Kunst der Kommunikation zurück.

[weiterlesen](#) 

Entwicklungsprogramm mit starkem Umsetzungscharakter

Die Mitarbeiter im Innendienst nehmen jetzt ihre Rolle als Berater des Kunden an. Das habe positive Konsequenzen etwa für das Cross-Selling, so der Geschäftsführer: „Bereits im Telefongespräch öffnen sich die Kunden für neuen Bedarf, und damit für die entsprechenden Angebote. Oft resultiert daraus ein Termin, ein Kollege aus dem Außendienst besucht den Kunden dann vor Ort. Auch in Onlinezeiten sind der persönliche Kontakt und der Vertrauensaufbau für die Menschen von zentraler Bedeutung, gerade in Versicherungsangelegenheiten.“

Mithilfe der Trainingsinhalte gelingt es den Mitarbeitern, bei Kunden das Bewusstsein für eine bessere Absicherung zu schärfen. Vertrauen schaffen durch einen gekonnten Gesprächseinstieg, prägnant erläutern und mögliche auftretende Einwände konstruktiv abzufedern – all dies wurde intensiv geübt.

Damit die Teilnehmer auch lange nach dem Training über ihre Telefonate reflektieren und sich weiterentwickeln, hat der Profi prägnant die Erkenntnisse der vermittelten Inhalte in einem Handout für jede Seminargruppe zusammengestellt. „Dort finden unsere Mitarbeiter die gemeinsam erarbeiteten Formulierungen für die Beratung der Kunden. Ein unschätzbare Kompendium, das weit über die eigentliche Trainingsmaßnahme hinauswirkt“, betont der Geschäftsführer.

Verkaufsaktiver Innendienst: In den Kunden hineinhören

Die Teilnehmer schätzen das Trainingshandout als Optimierung ihres beruflichen Alltags, indem sie die erlernten Inhalte auf ihr operatives Geschäft übertragen. Sie hinterfragen einfühlsam die Äußerungen von Kunden, entdecken deren Wünsche mithilfe von zielgerichteten Fragen und holen die Kunden in ihrer jeweiligen Wertewelt ab.

In diesem Zusammenhang spielen neurowissenschaftliche Erkenntnisse eine wichtige Rolle, durch die Herbert Kieffer das Training bereichert hat. So verifizieren die Teilnehmer jetzt zum Beispiel, wie ihre Aussagen von den Kunden gedanklich verarbeitet werden. „Sie formulieren ihre zentralen Botschaften so, dass diese im Gedächtnis des Kunden haften bleiben“, freut sich Bruno Gagliardi.

Key Facts

- INtem® IST-Verkaufstraining: zwei Gruppen mit je 15 Teilnehmern, jede Gruppe fünf Trainingsintervalle im Abstand von einer Woche
- Innendienstmitarbeiter mit Kundenkontakt im aktiven Telefonverkauf; zudem drei Außendienstmitarbeiter
- Trainingsziele: verkaufsaktiver Innendienst, Einstellungsarbeit, Cross-Selling, effizientere Verkaufsgespräche, wirksame Einwandbehandlung
- Beispiel für nachweisbaren Trainingserfolg: Bewertungen des Trainings rangieren in den meisten Fällen in den Bereichen „hervorragend“ und „sehr gut“

INtem®

Partner



Herbert Kieffer
INtem®-Partner
Fraunhoferstraße 5
82152 Martinsried

Tel.: 089 86307452
h.kieffer@intem.de
www.kieffer.intem.de

KCT

Kieffer Consult & Training

Kommunikation für Gewinner



die FAmilienschützer
Financial Netzwerk
versichern finanzieren anlegen

„Die FAmilienschützer“
Financial Netzwerk GmbH
Bruno Gagliardi
geschäftsführender Gesellschafter, Leiter Vertrieb

Am Blücherflöz 6
66538 Neunkirchen
www.die-familienschuetzer.de