

## KOLUMNE

## Marcus Renziehausen

ist Betriebswirt und Unternehmer, Autor und Speaker. Seit 2002 ist er als Vorstandsvorsitzender bei der The Engineers of Finance AG tätig.



## Entwickeln Sie Ihr einzigartiges Beratungskonzept

**D**er Kunde steht im Zentrum der Beratung, klaro. Es geht um seine Wünsche und Ziele. Wer hier nur den schnellen Deal machen will, lässt die Strategie vor der Tür und empfiehlt Prämiengarant A oder Dauerbrenner B. Berater, die es richtig machen und Kunden wirklich zu ihrem Traum verhelfen wollen, haben ein durchdachtes Beratungskonzept in petto. Doch wie sieht so etwas überhaupt aus? Und was macht ein kluges Konzept aus?

Meiner Meinung nach handelt es sich bei einem erfolgreichen Beratungsmodell um Ihre einzigartige Sicht, dem Kunden ein schönes Leben zu ermöglichen – um den individuellen Fahrplan des Finanzberaters, mit dem Familie Schuster oder Unternehmer Krämer ihre Lebensziele einfacher oder schneller erreichen. Der Kunde startet dabei im Status quo. Sein Traum? Eine Zielsituation in 10, 20 oder vielleicht 40 Jahren. Dieses Zukunftsszenario beinhaltet all seine individuellen Wünsche und Träume, definiert aber gleichzeitig auch Ängste und Sorgen, die es im Zielzustand nicht mehr gibt.

Mit Ihrem Konzept helfen Sie beispielsweise Herrn Krämer, von A nach B zu kommen – aber ohne Produkte in den Vordergrund zu stellen. Produkte sind hier absolut zweitrangig, weil austauschbar. Sie kommen und gehen, werden modifiziert oder erweisen sich als kritisch. Für Ihr Modell ist am Ende völlig irrelevant, welche Pakete sie einsetzen. Ihr Konzept basiert auf Themen, die den Kunden beschäftigen. Natürlich setzen Berater später Produkte ein, um die Ziele zu erreichen. Sie dienen als Werkzeuge. Das Konzept selbst gestaltet sich jedoch erst mal vollkommen produktfrei.

Das Tolle an einem individuellen, produktunabhängigen Beratungskonzept: Es handelt sich um Ihr geistiges Eigentum. Und ist somit extrem wertvoll. Dieser mentale Schatz entsteht in Ihrem Kopf, steht später auf Papier und gibt es nur ein einziges Mal. Berater steigern so ihre Wertschöpfung und den Umsatz pro Kunde. Viele ziehen so sogar eine ganz eigene Kundenklientel an. Meines Erachtens gibt es drei Möglichkeiten, wie Berater ein stringentes Konzept aufbauen können:

### Stufenkonzept – Schritt für Schritt zum Gipfel

Das Stufenkonzept kann wie eine Pyramide oder eine Treppe zum Ziel weisen. In beiden Fällen bauen die einzelnen Schritte aufeinander auf. Jede Ebene muss stabil stehen, bevor die nächste in Angriff genommen werden kann. Auch mein Beratungskonzept besteht aus diesen Steps. Ich begleite selbstständige Finanzberater in neun Schritten von A nach B: Stufe 1, 2 und 3 bilden das starke Fundament (Fokus, Kernkunden, Nutzenversprechen), Stufe 4, 5,

und 6 die nachhaltige Umsetzung (Planung, persönliches Wachstum, Expertenstatus,) und 7, 8 sowie 9 sorgen für das dynamische Wachstum (Offline- & Online-Marketing, Mitarbeiter).

Diese 9-Stufen-Strategie bildet meine einzigartige Sicht auf die Themen ab, die meine Zielgruppe beschäftigen. Mit jedem Finanzberater arbeite ich im Coaching Stück für Stück diese Ebenen durch. Denn wie bei jedem Stufenmodell macht es auch hier wenig Sinn, gleich mit Stufe 8 – dem Online-Marketing – anzufangen, ohne dass wir uns über Phase 1-7 Gedanken gemacht haben.

### Timeline-Konzept – lebenslange Begleitung

Das Timeline-Konzept funktioniert mit Zeitstrahl – die Entwicklung läuft nach Lebensphasen ab. Dafür können Berater ein Blatt Papier zur Hand nehmen, quer eine Linie darauf zeichnen und mit einer Person verknüpfen. Links startet der Zeitstrahl mit dem 20. Lebensjahr, rechts endet er vielleicht mit dem 95. Dazwischen passiert die Magie: Der Finanzberater hilft seinem Kunden, bestimmte alterstypische Themen zu organisieren und Herausforderungen zu lösen. Natürlich beschäftigen Menschen mit 25 oder 45 andere Dinge als mit 75: Versicherung, Immobilien, Finanzierung, Rente ... Anhand einer Timeline kann der Berater systematisch das Modell für seinen Kunden abbilden.

### 360-Grad-Konzept – permanent relevante Themen

Das 360-Grad-Konzept baut weder aufeinander auf noch hängt es vom Alter ab. Hier geht es um Themen, die für den Klienten immer relevant sind – jeden Tag, jeden Monat, jedes Jahr. Auch hier hilft ein Blatt Papier: In der Mitte malen Sie einen kleinen Kreis – er repräsentiert Herr Krämer im Zentrum mit seinem individuellen Ziel. Drumherum zeichnen Sie einen größeren Kreis, den Sie in 3, 4 oder 6 Abschnitte einteilen. Die Anzahl entscheidet der Berater individuell. Jedes Tortenstück repräsentiert einen Bereich, der für diesen Kunden permanent bedeutsam ist. Alle Aspekte sind gleichwertig, es gibt keine Prioritäten, keine bestimmte Reihenfolge. Finanzberater können jedes Jahr die einzelnen Themen in den Blick nehmen und daran arbeiten.

Auch wenn so manch einer denkt, Konzepte würden überschätzt. Sie erleichtern die Arbeit extrem – sowohl in der Umsetzung als auch in der Akquise. Wer auf ein Beratungskonzept setzt, profitiert von mehreren Vorteilen:

1. Erhöhter Mehrwert: Berater liefern den Kunden deutlich mehr Nutzen, weil sie immer wieder die gleichen Themen bearbeiten und so auf mehr Erfahrung zurückgreifen können
2. Durch mehr Nutzen steigt die Wertschöpfung für den Klienten
3. Klare Wettbewerbsvorteile: Durch die hohe Individualität können andere das Angebot sehr schwer kopieren oder Ihnen Kundschaft wegnehmen
4. Deutlich höherer Ertrag pro Kunde
5. Expertenstatus steigt in der Kernkundenzielgruppe
6. Wenn Finanzberater ihr Konzept sichtbar machen, vertrauen Kunden und Interessenten ihnen mehr und schneller

Jeder Makler, Vermittler oder Berater sollte sich überlegen, welches Modell am besten zur eigenen Kernkundschaft und Sparte passt. Dabei können sie einfach die Modelle theoretisch durchprobieren. Ein Blatt Papier reicht, um einen Eindruck zu bekommen. Und denken Sie daran: Jede Version ist nur ein erster Entwurf. In zwei oder fünf Jahren kann die Lage ganz anders aussehen – schließlich entwickelt sich neben der Welt da draußen auch der Finanzberater weiter.