



afm Erfolgsbaustein Basisausbildung

Ein Leitfaden für die Praxis

08.09.2023

Privatkunden

INHALTSVERZEICHNIS

<u>INHALTSVERZEICHNIS</u>	1
<u>1. DAS UNTERNEHMEN UND DIE GESCHÄFTSIDE</u>	2
<u>2. GRUNDREGELN DES KONTAKTES</u>	3
<u>3. COGITOS BEHERRSCHEN</u>	7
<u>4. TELEFONGESPRÄCHE</u>	10
<u>4.1. BEI EINER EMPFEHLUNG</u>	10
<u>4.2. BEI FREUNDEN</u>	10
<u>4.3. BEI BEKANNTEN</u>	10
<u>4.4. ANHANG</u>	12
<u>5. DAS RENDEZVOUS</u>	13
<u>VORWORT</u>	13
<u>VORSTELLUNG DES UNTERNEHMENS – „DAS RENDEZVOUS“</u>	13
<u>EMPFEHLUNG</u>	23
<u>WICHTIGE ABKÜRZUNGEN IN DER ANALYSE</u>	FEHLER! TEXTMARKE NICHT DEFINIERT.

1. DAS UNTERNEHMEN UND DIE GESCHÄFTSIDE

Am Anfang der Realisierung einer herausragenden Geschäftsidee steht eine Vision. Diese Vision beschreibt all diejenigen Annehmlichkeiten, die mit den wirklich gewordenen Lebensumständen nach der Realisierung einer herausragenden Fähigkeit verbunden sind.

Der Markt der Finanzdienstleistung ist die Grundlage unserer Vision. Durch den intensiven Wandel der Rahmenbedingungen im 21. Jahrhundert und beschleunigt durch die Auswirkungen der europäischen Vermittlerverordnung werden sich insbesondere diejenigen Unternehmen durchsetzen und etablieren, die besondere Qualität und Al-leinstellungen innerhalb der Leistungsfähigkeit realisieren.

Durch umfangreiche und anspruchsvolle fachliche Qualifikation, durch die anhand der Größenordnung des Gesamtunternehmens optimierten Produktlösungen in Preis und Leistung sowie durch intensive serviceorientiert gefestigte Kundenbeziehungen wird der Weg für unsere außergewöhnlich erfolgreiche Zukunftsidee geebnet.

afm stellt sich dieser besonderen Herausforderung und hat sich auf die Entwicklung qualitativ hochwertiger Rahmenbedingungen spezialisiert. afm wird die bestehende Ausgangssituation nutzen, um landesweit den Ruf als **meisterhafte Premium-Marke** zu etablieren.

Das Zusammenarbeiten im afm Netzwerk ermöglicht uns allen dieses anspruchsvolle Ziel zu formulieren und bietet Ihnen persönlich eine herausragende Zukunftschance. **Dauerhafte Selbstverwirklichung, Anerkennung und wirtschaftlicher Erfolg** sind nur einige Triebfedern, die Sie für **hohe Trainingsbereitschaft und individuelles Engagement** belohnen werden.

Neben elementaren Qualitätsmerkmalen fördern wir grundlegende Fähigkeiten der erfolgreichen Kommunikation. Das Beherrschen von Kommunikationsregeln, von Kundenbeziehungsmanagement und von sprachlichen Entscheidungshilfen sind die Instrumente zur Realisierung unserer Vision.

Das Erlangen und ständige Vertiefen dieser Fähigkeiten wird ein fundamentaler Bestandteil Ihrer erfolgreichen beruflichen Karriere sein. Je intensiver Sie die ersten Schritte einleiten, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass Sie ein bedeutsames Mitglied der Premium-Marke afm werden.

Wir laden Sie ein zur Realisierung einer außergewöhnlichen Geschäftsidee...

2. GRUNDREGELN DES KONTAKTES

Kontaktfreude ist eine positive und chancenreiche Fähigkeit. Die richtige Einstellung ermöglicht Menschen durch den Nutzen an den herausragenden Leistungsmerkmalen des afm Mehrwertpools ihre persönliche Finanzplanung und Ihr Leben positiv zu beeinflussen. Wir können den Menschen helfen, in dem wir Türen öffnen...

Kontaktregel Nr. 1

Das Kontaktgespräch hat nur ein Ziel: die feste Vereinbarung eines Termins. Das Mittel dazu ist das Wecken von Neugierde auf unser Angebot, ohne die Neugierde zu befriedigen. In diesem Sinne ist das Kontaktgespräch ein eng begrenztes und Interesse weckendes „Reizgespräch“. Halten Sie sich beim Kontaktgespräch an die **KUSS** - Formel:

K - urz
U - und
S - ehr
S – impel

Die Aufmerksamkeit und der Spannungsbogen steigen, das Interesse des Kunden wird geweckt und das Motiv für die Vereinbarung eines gewinnbringenden Termins wird geschaffen.

Wer das Kontaktgespräch bereits mit zu vielen Beratungsinformationen füllt, hat das Terminziel verfehlt. Solche Informationen können zu Missverständnissen, Vorurteilen und Diskussionen, also möglicherweise sogar zu „Streitgesprächen“ führen. Jedes „Streitgespräch“ in dieser Phase wäre ein verlorener Kunde und eine verlorene Chance auf beiden Seiten.

Das Motto lautet: „Interessieren nicht informieren“

Kontaktregel Nr. 2

Sorgen Sie von Anfang an für eine positive Atmosphäre. Lächeln Sie und die Welt lächelt zurück. Auch am Telefon spürt man Ihr Lächeln. Sprechen Sie herzerfrischend, locker und erfolgsorientiert. Seien Sie überzeugt von sich und Ihrem Unternehmen.

Machen Sie sich immer klar:

- Zu überzeugen fällt nur den Überzeugten leicht!
- Überzeugungskraft entsteht durch Begeisterungskraft!
- Nur wer selber brennt, kann andere entzünden!
- Schauen Sie auf Menschen, die begeistert sind, und Sie sehen Gewinner!
- Sich eine Sache und den Erfolg zu wünschen ist zu wenig. Sie müssen das Ergebnis kennen, es visualisieren und Erfolgswillen entfachen!
- Sie wollen nichts von Ihrem Kunden, Sie bringen ihm großen Nutzen!

Das Motto lautet: „Der Erfolg beginnt im Kopf zuerst“

Kontaktregel Nr. 3

Kein Ertrag ohne Abschluss. Kein Abschluss ohne Beratung. Keine Beratung ohne Kontakt. Nichts ist so wichtig wie das Kontaktgespräch!

Beherrschen Sie es in allen Varianten in- und auswendig. Es muss auch im Redefluss, in der Betonung und in der Sprachmelodie sitzen. Auf jede Kleinigkeit kommt es an! Nirgendwo bei Ihrer Berufsausübung können Fehler sich so schnell negativ auswirken, wie in der Kontaktphase. Werden Sie daher ein Kontaktprofi, ein Routinier in der Terminvereinbarung.

Solange Sie nicht sichergestellt haben, dass Sie jeweils für die nächsten sechs Arbeitstage Ihre Termin-Sollzahl fest vereinbart haben, darf es für Sie nur eines geben: *kontaktieren, kontaktieren und nochmals kontaktieren!!!*

Das Motto lautet: „Können kommt von Üben und Tun“

Kontaktregel Nr. 4

Beenden Sie möglichst jeden Gesprächsabschnitt mit einer Frage. Fragen Sie möglichst nach der Bestätigung einer positiven, durch Sie aufgebrachten These.

Wer fragt, der führt und gewinnt!

Dies gilt insbesondere in der Kontaktargumentation. Manchmal sind auch direkte Gegenfragen die besten Antworten auf Fragen oder Gegenargumente des Gesprächspartners. Sie konkretisieren Argumente und regen Ihren Gesprächspartner zum Nachdenken an.

Aber der Ton macht die Musik. Ihr Gesprächspartner muss sich bei Ihren Fragen wohl fühlen. Reizen Sie ihn nicht, seien Sie reizend.

Folgendes erreichen Sie mit Fragen:

- Sie erhalten wichtige Informationen.
- Sie lenken die Aufmerksamkeit des Gesprächspartners auf das Wichtige.
- Sie führen das Gespräch.
- Durch Fragen lernen Sie Ihr Gegenüber kennen.
- Durch Fragen zeigen Sie Interesse am anderen.
- Durch Fragen gewinnen Sie manchmal Zeit zum Nachdenken.

Das Motto lautet: „Wer fragt, der führt und gewinnt“

Kontaktregeln Nr. 5

Machen Sie Ihrem Gesprächspartner die Terminentscheidung leicht.

Nennen Sie immer eine Terminalternative, zum Beispiel: "Wann passt es Ihnen besser: vormittags oder nachmittags... vor 17.00 Uhr oder nach 17.00 Uhr... während der Woche oder am Wochenende... oder vor oder nach der Tagesschau...?"

Bei Empfehlungsadressen ist es noch besser, wenn Ihr Gesprächspartner den Termin selbst bestimmt, nachdem Sie alternativ festgestellt haben: "Den Termin hierzu bestimmen selbstverständlich Sie. Ich kann am ... um ... Uhr."

Das Motto lautet: „Alternativen sind positiv“

Kontaktregel Nr. 6

Die Terminvereinbarung ist insbesondere dann erfolgreich, wenn von vornherein gewährleistet ist, dass am Beratungstermin alle für eine Entscheidung maßgebenden Personen anwesend sind: bei Verheirateten der Ehepartner, bei Verlobten der zukünftige Partner, bei Lebenspartnern der Lebenspartner, bei Geschäftspartnern der Geschäftspartner, bei Nicht-Volljährigen die Erziehungsberechtigten.

Fragen Sie daher ausdrücklich danach, ob deren Teilnahme möglich ist. Ist dies nicht möglich, fragen Sie nach einem passenden Termin.

Das Motto lautet: „Entscheider entscheiden“

Kontaktregel Nr. 7

Eine Terminvereinbarung ist letztendlich erfolgreich, wenn Ihr Gesprächspartner sich den Termin merkt, die Wichtigkeit erkennt und ihn einhält. Helfen Sie dem Kunden, dass er die hiermit verbunden Chance erkennt und die entsprechende Priorität wahrnimmt.

Nennen Sie den Termin mehrere Male auf verschiedene Weise und betonen Sie die Uhrzeit, zum Beispiel um 18.45 Uhr also Viertel vor 7...

Das prägt sich nicht nur besser ein, sondern sichert den Termin auch besser ab.

Eine zusätzliche Terminalsicherung verschafft die Formulierung der Terminbestätigung:

"Ich freue mich (Sie müssen es auch wirklich tun) auf unser Gespräch."

"Ich werde (ggf. wir werden) pünktlich sein."

Machen Sie es sich zur Gewohnheit, den Termin - wenn zeitlich noch möglich - schriftlich (kurz) zu bestätigen. Und dann seien Sie tatsächlich pünktlich, das heißt weder zu spät noch zu früh. Sollte dies aus unvorhergesehenen Gründen nicht möglich sein - selbst wenn es nur Minuten sind - unterrichten Sie Ihren Kunden dann per Telefon.

Ein solches Telefonat bedeutet zusätzliche Terminalsicherheit.

Das Motto lautet: „Das Erstgespräch ist ein bedeutsamer Termin“

Die 7 Mottos des Kontakterfolges:

Das 1. Motto lautet: „Interessieren nicht informieren“

Das 2. Motto lautet: „Der Erfolg beginnt im Kopf zuerst“

Das 3. Motto lautet: „Können kommt von Üben und Tun“

Das 4. Motto lautet: „Wer fragt, der führt und gewinnt“

Das 5. Motto lautet: „Alternativen sind positiv“

Das 6. Motto lautet: „Entscheider entscheiden“

Das 7. Motto lautet: „Das Erstgespräch ist ein bedeutsamer Termin“

3. COGITOS BEHERRSCHEN

Der Kunde wird Nutzen aus Ihrer Beratung ziehen. Er hat Bedarf für unsere leistungsfähige Dienstleistung und wird davon umfangreich profitieren. Gegebenenfalls ist der Nutzen dem Kunden noch nicht bewusst. Er hat also Vorurteile oder Gewohnheiten, die er in solchen Momenten anwendet.

Helfen wir ihm also die Chance zu nutzen!

Keine Zeit



Kann ich sehr gut verstehen, Herr Kunde, dass Sie keine Zeit haben - geht mir als viel beschäftigte/m Frau/Mann genau wie Ihnen - aus diesem Grunde müssen wir vorausschauend planen – übernächste Woche?
Wann passt es Ihnen besser? Montag oder Freitag...



Wenn Sie für eine halbe Stunde Ihrer Zeit 500 Euro bekommen würden, hätten Sie dafür Zeit?
Wann passt es Ihnen besser?

Kein Interesse



Mal abgesehen davon, dass Sie momentan kein Interesse haben, was ich ja grundsätzlich verstehen kann, weil Sie ja auch noch gar nicht wissen, worum es konkret geht, sind Sie bestimmt immer daran interessiert Steuern zu sparen (oder Kosten zu reduzieren oder Liquidität zu verbessern oder Zinsen/Renditen zu erhöhen), richtig?
Wann passt es Ihnen besser...

Worum geht es?



Es geht darum, dass Sie sich verbessern
1. persönlich.
2. finanziell.
3. materiell.
Wann passt es Ihnen besser...



Herr Kunde - die Gesetzgebung – (Steuern, Sozialversicherung, Förderung) halten Sie diese für zu einfach oder zu kompliziert? Sehen Sie, auch aus diesem Grunde bedarf es eines persönlichen Termins, um Näheres zu erläutern.
Wann passt es Ihnen besser...

Ich habe schon einen Steuerberater.



Gut, dass Sie einen Steuerberater haben, lieber Kunde. Dieser beschäftigt sich jedoch überwiegend mit Ihrer finanziellen Vergangenheit. Wir hingegen stellen Ihre finanzielle Zukunft in den Mittelpunkt.

		Wann passt es Ihnen besser...
Was kostet das eigentlich?	➡	Eine halbe Stunde unserer gemeinsamen Zeit. Wann passt es Ihnen besser...
Ich habe schon einen Versicherungsvertreter.	➡	Sehr gut, Herr Kunde, dass Sie schon einen Berater haben. Hier gibt es nun zwei Möglichkeiten: Entweder Sie kriegen die Bestätigung dafür, dass Sie tatsächlich optimal bedient sind, wie Sie schon immer geglaubt haben, oder wir finden noch den einen oder anderen Punkt, der für Sie einen nachhaltigen geldwerten Vorteil bedeutet. Aus diesem Grund habe ich mir Zeit genommen. Wann passt es Ihnen besser...
Sie wollen mir doch nur etwas verkaufen.	➡	Wenn ich Ihnen einen Vorteil verkaufe, wären Sie mir böse? Wann passt es Ihnen besser...
Kommen Sie von einer Versicherung?	➡	Wäre es gut, wenn es um Versicherungen geht? Ja/nein - Sehen Sie, gerade aus diesem Grund sollten wir uns zusammensetzen. Wann passt es Ihnen besser...
Ich habe kein Vermögen.	➡	Wäre es denn gut, wenn ich Ihnen Möglichkeiten zeigen könnte, wie Sie dies mittel- oder langfristig erreichen könnten? Wann passt es Ihnen besser...
Ich habe schlechte Erfahrungen gemacht.	➡	Gerade, weil Sie schlechte Erfahrungen gemacht haben, sollten wir uns zusammensetzen. Wann passt es Ihnen besser...
Ich habe kein Geld.	➡	Ich finde es gut, dass Sie offen über Ihr Geld sprechen, aber ich will Ihnen in erster Linie zeigen, wie Sie von Vater Staat Geld dazu bekommen oder Kosten einsparen können. Wann passt es Ihnen besser...
Ich habe schon alles.	➡	Schön, dass Sie schon alles haben. Wenn ich Ihnen darüber hinaus Kostenvorteile von mindestens 2.500 Euro (innerhalb der nächsten fünf Jahre) verschaffen könnte - wäre das gänzlich uninteressant oder eine halbe Stunde Ihrer Zeit wert? Wann passt es Ihnen besser...

Ich bin arbeitslos.



Haben Sie denn Lust zu arbeiten? Dann können wir uns darüber unterhalten. Dazu müssen wir uns aber zusammensetzen.
Wann passt es Ihnen besser...



Das tut mir leid, dass Sie zurzeit keine Beschäftigung haben. Gerade aus diesem Grund müssen Sie sicherlich noch mehr darauf achten, Ihre finanziellen Mittel sinnvoll einzusetzen. Auch das ist etwas, was wir unseren Kunden verschaffen.
Wann passt es Ihnen besser...

Ich habe mein Geld gut angelegt.



Finde ich gut, dass Sie Ihr Geld gut angelegt haben. Es ist aktuell ein sehr guter Zeitpunkt die getroffenen Möglichkeiten mit den vielen Neuerungen und den Aktualitäten der Rahmenbedingung abzugleichen.
Wann passt es Ihnen besser...



Finde ich gut, dass Sie Ihr Geld gut angelegt haben. Wenn ich Ihnen jetzt noch zeigen kann, wie Sie den Ertrag zusätzlich steigern können, ist das für Sie gänzlich uninteressant oder eine halbe Stunde Ihrer Zeit wert?
Wann passt es Ihnen besser...

Ich bin zu alt



Gerade für ältere Menschen gibt es zahlreiche spezielle Bedürfnisse innerhalb der Finanzplanung. Hierfür haben wir passende Antworten.
Wann passt es Ihnen besser...

Ich fahre in Urlaub.



Schön, da sind Sie bestimmt schon voller Vorfreude (Interesse am Urlaub zeigen: wo geht es hin?). Darf ich Sie nach Ihrem Urlaub noch einmal anrufen oder wollen wir vorausschauend planen?
Wann passt es Ihnen besser...

4. TELEFONGESPRÄCHE

4.1. Bei einer Empfehlung

“Guten Tag Frau/Herr..., mein Name ist ..., Sie haben sicherlich schon von mir gehört und zwar von Frau/Herrn ... “

“Oh, das wundert mich, denn der Frau/Herr ... hat mir zugesichert Sie zu informieren.“

“Ich war vor kurzem bei Frau/Herrn ..., und habe ihr/ihm in einigen entscheidenden finanziellen Fragen weiterhelfen können. Das hat Frau/Herrn ... so gut gefallen, dass sie/er mich direkt gebeten hat, mich unbedingt auch mit Ihnen in Verbindung zu setzen. Aus diesem Grund habe ich mir speziell für Sie Zeit genommen. Wann passt es Ihnen besser...”

4.2. Bei Freunden

“Hallo Claus, hier ist Thomas, wie geht es Dir?“

“Gut.“

- a) “Claus ich habe etwas sehr interessantes für Dich; wir müssen uns unbedingt zusammensetzen.”
- b) “Claus ich habe mich beruflich verändert und Deine Meinung ist für mich sehr wichtig, wann hast Du Zeit?“

4.3. Bei Bekannten

“Spreche ich mit Frau/Herrn ...?“

Kunde:

“Ja.“

“Hallo ... (ggf. Vorname), hier ist ... (ggf. Vorname).
Erinnerst Du Dich, wir haben zusammen gearbeitet.”
(Sport getrieben, Schule besucht; immer richtigen Bezug herstellen.)

Kunde:

“Ach ja.“

“Du wunderst Dich vielleicht, warum ich anrufe, aber es hat einen besonderen Grund.“

Kunde:

“So, welchen denn?”

“Ich bin als Assekuranz-Finanz-Makler tätig und erstelle Finanzpläne, die Versicherungskosten senken und wichtige Leistungen erhöhen. So können unsere Kunden ganzheitlich sehen, welche Möglichkeiten sie persönlich haben. Das lohnt sich auch für Dich.

Daher schlage ich vor, wir setzen uns einfach einmal zusammen und ich zeige Dir genau, worum es geht. Danach hast Du immer noch die Möglichkeit, eine Entscheidung zu treffen, ob das auch für Dich interessant ist, einverstanden?”

Kunde:

“Ja, klar!”

„Wann passt es Dir besser...”

4.4. Anhang

!!! Für jedes Telefongespräch gilt:

a) Alternativen anbieten!!!

- Passt es Ihnen diese oder nächste Woche?
- Passt es Ihnen eher Montag oder Mittwoch?
- Eher vormittags oder nachmittags?
- Eher um 16.00 Uhr oder um 17.00 Uhr?

“Prima Frau/Herr ... ich habe mir den Termin notiert.”

(Tag, Datum, Uhrzeit noch einmal nennen)

b) “Darf ich mir Ihre Anschrift notieren?”

c) „Bitte Frau/Herr ... notieren Sie sich jetzt doch bitte meine Telefonnummer.”

d) “Wenn Sie einen Lebenspartner (Mann, Frau, Freund, Freundin) haben, wäre es sehr schön, wenn diese(r) dabei sein könnte.”

e) Bei der klassischen Empfehlungsnahme:

“Für unseren Termin Frau/Herr ... wäre es hilfreich, wenn Sie einfach schon einmal Ihre Unterlagen, das heißt alles was mit Finanzen und Versicherungen zu tun hat, bei der Hand haben/heraus suchen.”

f) “Ich freue mich auf das Gespräch am ... um ... Uhr.”

5. DAS RENDEZVOUS

Vorwort

Der erste Termin mit dem Kunden ist der Beginn einer dauerhaften Zusammenarbeit und Partnerschaft. Wir lernen uns kennen, wir schaffen Vertrauen und wir ebnen den Weg für die richtige Strategie, die Entscheidungsnavigation für Lebensphasen.

Und merke: Menschen treffen einen Großteil ihrer Entscheidungen auch gefühlsorientiert, aus Ihrer Intention und aus ihrem Unterbewusstsein.

Wir zeigen unserem Kunden im Erstgespräch viele Gründe, warum unsere Arbeitsweise von großem Nutzen für ihn ist und welche Vorteile er hieraus ziehen wird – auf sachlicher, aber auch auf gefühlsmäßiger Ebene.

Der Kunde soll den Nutzen erkennen und die Emotionen sollen entsprechend stimmen...

Vorstellung des Unternehmens – „das Rendezvous“

Selbstvorstellung/Einleitung

... bevor ich Ihnen unsere Arbeitsweise näher erläutere, würde mich natürlich erst einmal interessieren, was Ihnen Herr/Frau ... bisher hierüber berichtet hat.

Nun möchte ich vorab die Gelegenheit nutzen, mich Ihnen kurz vorzustellen, damit Sie überhaupt wissen, mit wem Sie es zu tun haben, denn wir kennen uns ja bisher nur vom Telefonieren.



Danach sprechen wir über afm. Hierfür habe ich einige Folien vorbereitet, so dass ich Ihnen unser Unternehmen und unsere Dienstleistung besser visualisieren kann.

Und im Anschluss sprechen wir über Ihre persönliche Ausgangssituation, Ihre Wünsche und Bedürfnisse im Zusammenhang mit Ihrer Finanzplanung. Das Ganze wird in etwa 60 bis 90 Minuten dauern, ist das okay für Sie?

Kommen wir also zuerst zu meiner Person. Ich...

[Name, Alter, beruflicher Werdegang, „Story“ der eigenen Antriebskraft und persönliche Motive diesen Beruf auszuüben.]

*[Die Darstellung der eigenen Person sollte sich weniger auf die Angabe eines ausführlichen Lebenslaufes, sondern vielmehr auf die Beschreibung der eigenen Beweggründe zur Ausübung des Berufes konzentrieren. Die „Story“ sollte möglichst authentisch und gleichzeitig begeisternd sein und ist individuell festzulegen.]

Powertalking/direkte Ansprache

... um zu meiner Arbeitsweise zu kommen Frau/Herr ..., ich arbeite wie ein Anwalt in Sachen Finanzen, das heißt ich erweitere stetig meinen Kundenstamm und möchte, dass Sie dazugehören. Ich möchte mit Ihnen eine langfristige Zusammenarbeit aufbauen!

Denn es geht mir ausdrücklich nicht darum, schnell mal irgendwo irgendwelche Verträge abzuschließen. Mein Interesse gilt einer vertrauensvollen Zusammenarbeit. Das heißt ich möchte auch in Zukunft Ihre Zufriedenheit in Ihren Augen ablesen können.

Steht diesem Vorhaben irgendetwas Persönliches im Wege? Manchmal lernt man jemanden kennen und dessen Nase passt einem nicht (oder man fühlt sich anderen gegenüber verpflichtet oder hat unüberwindbare Vorurteile).

Trifft davon irgendetwas zu?

[Diese Fragestellung sollte mit einem entspannten, leicht ironischen Lächeln verbunden werden und der Kunde muss antworten!]

Wir haben also eine faire Chance eine erfolgreiche Zusammenarbeit zu begründen...

Quickselling afm/Kundenmotive fixieren

Wir erarbeiten Strategien für private Finanzplanung. Diese Planung wird an alle Lebensphasen angepasst und beachtet Ihre eigene Situation, alle Produkte des Marktes und die gesetzlichen Rahmenbedingungen.

Wir verfolgen hierbei drei wesentliche Primärziele für unsere Kunden:

1. Existenzsicherung, das heißt den finanziellen Gefahren für das Vermögen, das Einkommen und die Familie vorzubeugen und die Lebensqualität umfangreich vor finanziellen Risiken zu schützen.
2. Vermögenswachstum, das heißt aus den bestehenden finanziellen Mittel einen möglichst großen und dem eigenen Risikoprofil entsprechenden Zuwachs zu erreichen.
3. Liquiditätsverbesserung, das heißt Kostenvorteile und gesetzliche Förderungen auszunutzen, um die Finanzierung der ersten beiden Primärziele zu erleichtern.



Welcher dieser Punkte ist für Sie gänzlich uninteressant?

Die entscheidende Aufgabe besteht jedoch darin, die Finanzplanung an alle Lebensphasen aktiv anzupassen. Grundsätzlich ist Ihre persönliche Situation zu beachten und alle Produkte des Marktes und die sich stetig ändernden gesetzlichen Rahmenbedingungen sind mit zu berücksichtigen.

Wäre es für Sie eine runde Sache, wenn wir hier, heute und in der Zukunft über die nachhaltige Realisierung dieser drei wesentlichen Aspekte sprechen?

Unternehmensvorstellung

Frau/Herr ..., was verstehen Sie unter der Tätigkeit eines unabhängigen Finanzmaklers beziehungsweise was erwarten Sie davon?

Mich interessiert auch welche Erfahrungen Sie bis dato gesammelt haben?

[Diese Informationen werden an dieser Stelle des Gespräches möglichst nicht kommentiert. Sie können im weiteren Verlauf im Zuge der Darstellung unserer Leistungsfähigkeit motivkonform aufgegriffen werden.]

Zuerst möchte ich Ihnen die Rahmenbedingungen des Marktes darstellen, weil ich Ihnen anhand dieser auch zeigen kann welche Bedeutung die Leistungsmerkmale von afm haben.

Es gibt eine Vielzahl von Banken, Bausparkassen, Versicherungsunternehmen und Kapitalanlagegesellschaften. Alle wollen Ihnen etwas verkaufen, aber kein Einzelner kann diesen Berg von Angeboten ständig übersehen. Die unzählige Produktvielfalt kann nicht nur über den Preis verglichen werden.

Auch die Bedingungen der Angebote sind sehr unterschiedlich. So zahlt man entweder zu viel Geld für seine Versicherungen, verzichtet möglicherweise auf Rendite und Flexibilität oder erlebt böse Überraschungen im Schadenfall.



Jeder Anbieter kann natürlich nur die Produkte seiner Gesellschaft anbieten. Es gibt aber keine Gesellschaft, die in allen Produktbereichen höchste Qualität bietet. Ein Banker würde Ihnen wohl kaum eine Geldanlage einer konkurrierenden Bank empfehlen, auch wenn die Verzinsung doppelt so hoch wäre. Er wäre ein schlechter Verkäufer seiner Gesellschaft, stimmt's?

Die Vergleichbarkeit des Marktes und der Produkte wird durch immer neue Paragraphen und Gesetze und nicht zuletzt durch den europäischen Binnenmarkt weitergehend erschwert und zu einer fast unlösbaren Aufgabe.

Allen ist bekannt, dass die Leistungen der gesetzlichen Renten- und Kranken und Pflegeversicherung nicht mehr ausreichen und weiter abschmelzen werden.

Jeder Einzelne muss Eigeninitiative ergreifen.

Die gesetzlichen Abgaben, also die Steuern und Sozialabgaben, erschweren dies natürlich, da ein steigender Teil des Einkommens abgeführt wird und gar nicht zur Verfügung steht.

Der Bedarf ist also sehr hoch, die Liquidität ist begrenzt und die Komplexität des Marktes ist sehr umfangreich.



Durch unsere langjährige Erfahrung und Praxis haben wir festgestellt, dass sich die Unterschiede der Produkte häufig im Detail verbergen. Um die Voraussetzungen für hochwertige Beratungen zu schaffen, verwenden wir unabhängige Produktvergleichssoftware und darüber hinaus erstellen unsere Fachabteilungen Detailanalysen, mit denen die Leistungsstärke der einzelnen Anbieter bewertet werden kann. Wir lesen das Kleingedruckte und nehmen die Produkte sozusagen unter die Lupe.

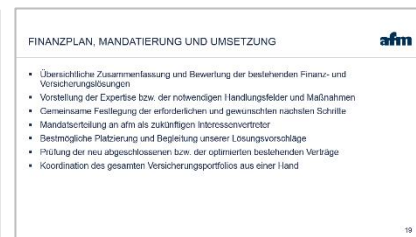
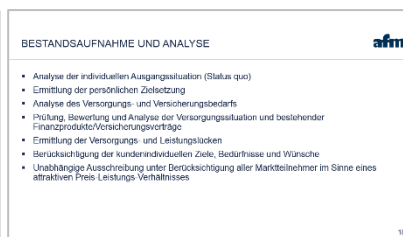
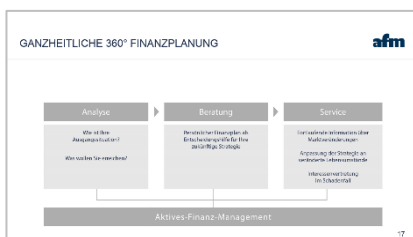
Aber das reicht uns noch nicht:



Auf Basis der Vergleiche, der durchgeführten Produktanalysen und zahlreicher Erfahrungen mit unseren Kunden haben wir Anforderungsprofile entwickelt.

Diese verwenden wir um die Angebote selektierter Marktführer noch weitgehend zu verbessern. Hierbei reduzieren wir den Preis, man könnte auch Mengenrabatt sagen, und verbessern wesentliche Bedingungen weitergehend.

Um eine für Sie persönlich vorteilhafte Strategie zu erarbeiten, erstellen wir heute einen Status Ihrer jetzigen Situation. Hiermit ermitteln wir Ihren Bedarf, schaffen die Grundlage für die Bewertung bereits bestehender Finanzprodukte und zeigen Ihnen in unserem nächsten Termin die zukünftigen Vorteile anhand des afm Finanzplans auf.



Natürlich greifen wir hierbei auf das Know-how unserer Fachabteilungen zurück, verwenden unsere Produktanalysen und ermöglichen Ihnen als zukünftigen afm Kunden den Zugang zu den veredelten Produktlösungen der Marktführer. Um die Beratungsqualität dauerhaft auf höchstem Niveau zu halten, informieren wir Sie zukünftig über relevante Marktveränderungen, passen Ihre Strategie an veränderte Gegebenheiten an und vertreten Ihre Interessen gegenüber allen Gesellschaften des Marktes, selbstverständlich auch im Schadenfall.

Mit dem afm Maklerauftrag fixieren Sie unseren Serviceauftrag vertraglich. Somit übernehmen wir dauerhaft die Verantwortung für Ihre Interessenvertretung und realisieren für Sie das Aktive-Finanz-Management. Ihre Beratungsstrategie wird aktiv an geänderte Gegebenheiten und Umstände angepasst. Wir stehen in einem aktiven Dialog und die Beratung ist dauerhaft gut, weil sie gepflegt wird. Dies ist kein Lippenbekenntnis, sondern das gebe ich Ihnen selbstverständlich schriftlich!

UNSER FULL SERVICE FÜR PRIVATKUNDEN

Das bietet der afm Maklerauftrag

Dauerhafte persönliche Betreuung und kompetente Finanzberatung durch einen bewährten Partner

Vermögens- und Informationsmanagement nach dem neuesten Stand der Technik

Überwachung von Einnahmen und Ausgaben

Aktive Informationsdienstleistungen über Marktveränderungen

Regelmäßige Berichterstattung über den Vermögensstand

Informationsdienstleistungen über die neuesten Produkte und Dienstleistungen

Laufende Marktbeobachtung und laufende Anpassung der Finanzierungsstrategie

Expertenwissen und Fachkompetenz in allen relevanten Bereichen

20

Wie bereits dargestellt, ist das afm Kompetenznetzwerk schon heute ein Merkmal für hohe Beratungsqualität rund um die Finanzen. Wir werden uns auch zukünftig nicht auf unseren Lorbeeren ausruhen und weitere Erfahrungen ständig in unsere Archive einpflegen, unsere Marktanalysen laufend weiterentwickeln, den Markt aktiv beobachten, die eigene Qualifizierung fortführen und unsere veredelten Produktlösungen ständig auf marktführende Leistungsfähigkeit überprüfen.



Von diesem Erfahrungsnetzwerk können Sie dauerhaft profitieren.

Die Zusammenarbeit mit afm zeichnet sich also durch drei wesentliche Vorteile aus:

DIE ZUSAMMENARBEIT MIT UNS ...

... wird durch drei wesentliche Vorteile ausgezeichnet

Abkürzer-inter-Kommunikation

Fachkompetenz-Bindung auf höchstem Niveau

Kommunikation nach Prozess- und Leistung

39

1. Marktselektion nach Preis und Leistung

Das bedeutet für Sie: Die ganzheitliche Betrachtung aller Anbieter und Produkte des Marktes und zusätzlich den Zugang zu veredelten Leistungs- und Preisvorteilen.

2. Fachkompetente Beratung auf höchstem Niveau

Das bedeutet für Sie: höchste Beratungsqualität auch in den verschiedenen Bedarfsbereichen, der Zugriff auf die Kompetenz unserer Fachabteilungen und die Beachtung aller wesentlicher Details unseres Kompetenznetzwerkes.

3. Aktives-Finanz-Management

Das bedeutet für Sie: Kontinuierlicher Service als Grundsatz unserer langfristigen Arbeitsweise bestehend aus:

- Informationen zu Marktveränderungen
- Regelmäßige Vertragsüberarbeitung
- Unterstützung bei der Schadenregulierung

also dauerhaft einen kompetenten und einflussreichen Ansprechpartner rund um die Finanzen zu haben.

Sind das Vorteile, mit denen Sie sich anfreunden können?

ABS/Empfehlung

... wenn ich Ihnen nun sagen würde, ich würde das alles nur aus reiner Nächstenliebe tun, dann würden Sie mir das wohl kaum glauben, stimmt's?

Gut, dann gehen wir noch mal zurück zu unserer Arbeitsweise:

[zurückblättern auf "ABS-Folie"]

Analyse

Die Analyse eröffnet Ihnen die Möglichkeit auf Basis Ihrer Ausgangssituation eine ganzheitliche Finanzplanungsstrategie zu erhalten. Die Erstellung ist eine Investition unsererseits. Die Kosten hierfür übernehmen wir.

Beratung

Für die Beratung gibt es zwei Möglichkeiten:

1. Wenn wir durch das Beratungskonzept keine für Sie klar nachvollziehbaren geldwerten Vorteile realisieren können, entstehen für Sie keine Kosten. Dann haben Sie lediglich die Bestätigung dafür erhalten, dass Sie bereits optimal bedient wurden und können sozusagen nachts weiter ruhig schlafen. Das ist mein unternehmerisches Risiko; das ist doch fair?
2. Sollten wir Ihnen aber in der Beratung für Sie klar nachvollziehbare Vorteile aufzeigen, entstehen für die Beratung Kosten.

Es gibt zwei Möglichkeiten diese zu verrechnen:

- a) Entweder Sie versuchen das erarbeitete Beratungskonzept persönlich in geldwerte Vorteile umzumünzen. Hierbei hätten Sie allerdings keinen Zugriff auf die exklusiv für unsere Kunden erarbeiteten Produktlösungen und das Aktive-Finanz-Management. In diesem Fall würden wir auf Basis einer reinen Honorarvereinbarung 100 Euro pro Stunde Beratungshonorar in Rechnung stellen.
- b) Die meisten unserer Kunden entscheiden sich für die vollständige Zusammenarbeit mit uns. Dann können wir auf die in Rechnungsstellung eines Honorars verzichten, werden als Makler für Sie tätig und somit von den jeweiligen Gesellschaften bezahlt. Zudem übernehmen wir den vollständigen Serviceumfang auf Basis des Maklerauftrages und Sie haben den Zugang zu den veredelten Produktlösungen.

Kann ich davon ausgehen, dass auch Sie sich aus den benannten Gründen für die vollständige Zusammenarbeit entscheiden, sofern die Vorteile für Sie nachvollziehbar sind?

[Es handelt sich hierbei um eine vorbereitende Vorabschlussfrage nach dem Motto: kommen wir ins Geschäft, sofern die Qualität stimmt und Sie diese nachvollziehen können...]

Service

Nun folgt der Service, der ein Leben lang gilt und der für Sie bedeutet:

- ständig über wichtige Marktveränderungen informiert zu werden, um rechtzeitig reagieren zu können;
- regelmäßig einen Check-Up über die eigene Finanzsituation zu erhalten, um die eigene Strategie an veränderte Gegebenheiten anzupassen und eventuellen Unter-/Übersorgungen entgegenzuwirken;
- im Schadenfall von uns – quasi wie ein Anwalt - gegenüber den jeweiligen Anbietern vertreten zu werden
- und ständig einen kompetenten Ansprechpartner rund ums Geld zu haben.

Nun sagte ich eingangs, ich arbeite wie ein Rechtsanwalt...

Stellen Sie sich vor, Sie gehen zu Ihrem Rechtsanwalt und lassen eine Rechtsberatung durchführen. Was kostet so etwas circa?

Zwei Jahre später suchen Sie diesen Anwalt wieder auf, würde er Sie nun umsonst beraten? Das wäre in erster Linie zwar schön für Sie, aber langfristig hätten Sie auch nichts davon, weil dieser Anwalt wirtschaftlich gar nicht mehr existieren könnte, stimmt's?

Ich bin ein offener Mensch, aus diesem Grunde sage ich Ihnen, dass ich für den beschriebenen, allumfassenden Service auch bezahlt werden muss!

[Lächeln]

Was glauben Sie, kostet dieser Service, der ein Leben lang gilt und Ihnen so viele Vorteile bringt?

Auch hier kann ich Ihnen ein gutes Geschäft anbieten. Das heißt, dass alle Beteiligten daran partizipieren. Vorausgesetzt, Sie sind mit dem Ergebnis meiner Beratung zufrieden und es kommt zu einer Zusammenarbeit.

Ich mache mit meinen guten Kunden ein gutes Geschäft, weil Sie mir drei bis vier Menschen Ihres Vertrauens benennen, denen Sie die gleichen Vorteile zukommen lassen möchten, wie die, die Sie persönlich gerade nachvollziehbar genutzt haben. Das ist für Sie von großem Nutzen, weil Sie äußerst kostengünstig den dauerhaften Anspruch auf das allumfassende Aktive-Finanz-Management erhalten. Das ist für die Menschen Ihres Vertrauens ein gutes Geschäft, weil sie die gleiche Chance erhalten, wie die, die Sie gerade nachvollziehbar genutzt haben.

Und das ist auch für ... (den eigenen Namen nennen) ein gutes Geschäft, weil ich wirtschaftlich erfolgreich arbeiten kann.



Und damit schließt sich der Kreis, denn so kann ich Ihnen den allumfassenden Service nachhaltig und dauerhaft garantieren.

Denn was bringt es Ihnen, wenn ein Berater Ihnen diesen allumfassenden Service anbietet und aus finanziellen Gründen zukünftig für Sie nicht mehr tätig sein kann.

Ihre Empfehlung ist unser Honorar!

Offene Fragen:

- "Was erwarten Sie von unserem nächsten Termin?"
... von mir?"
- "Benötigen Sie noch weitere Personen, um finanzielle Entscheidungen zu treffen?" (Ehefrau, Rechtsanwalt, Steuerberater etc.)
- "Wenn wir Ihnen klare geldwerte Vorteile unterbreiten können, dann steht unserer Zusammenarbeit nichts mehr im Wege, einverstanden?"

Empfehlung

Ja, ich bin mit der Beratung durch Frau/Herrn ... sehr zufrieden und empfehle diese Dienstleistung gerne an folgende Personen weiter:

Name, Vorname: _____
Anschrift: _____
Alter/Beruf: _____
Telefon: _____
Bemerkung: _____

Name, Vorname: _____
Anschrift: _____
Alter/Beruf: _____
Telefon: _____
Bemerkung: _____

Name, Vorname: _____
Anschrift: _____
Alter/Beruf: _____
Telefon: _____
Bemerkung: _____

Name, Vorname: _____
Anschrift: _____
Alter/Beruf: _____
Telefon: _____
Bemerkung: _____

Name, Vorname: _____
Anschrift: _____
Alter/Beruf: _____
Telefon: _____
Bemerkung: _____
