

Home (/) > BAV-Newsletter Übersicht (/nl123ba456) > Archiv (/nl123ba456/uebersicht) > Februar 2016 (/nl123ba456/uebersicht/02\_2016) > Verkaufstipps BAV: Mehr Abschlüsse

# Wie kommen Sie zu mehr Abschlüssen nach Angebotslegung?



Der systematische Verkaufsansatz für die betriebliche Altersvorsorge: Wie kommen Sie zu mehr Abschlüssen nach Angebotslegung? Alfons Breu, B2B-Coach mit Schwerpunkt BAV zeigt Tipps und erste Schritte, um der Angebotsfalle im Firmengeschäft zu entrinnen.

## BAV – ein Nischenthema?

Die betriebliche Altersvorsorge (kurz: BAV) **rechnet sich für die KundInnen**. Nach wie vor. Das mag ein Grund sein, warum sich immer mehr VermittlerInnen mit diesem Thema beschäftigen. Trotzdem wird der Großteil des Geschäfts, insbesondere im Mittelstand und noch größeren Unternehmen, von einigen wenigen BetreuerInnen gemacht. **Nur ein kleiner Teil der VermittlerInnen ist auf dieses Geschäftsfeld spezialisiert.**

Das ist in Österreich so und überall auf der Welt. Wobei gerade unser Land als Wiege der Spezialisierung gelten kann, wenn man an die Arbeit des kürzlich verstorbenen Naturforschers Hans Hass denkt. Er entdeckte auf den Galapagosinseln und in den Riffs der verschiedenen Weltmeere, dass kleine Organismen in Nischen überleben. Dasselbe erkannte Charles Darwin etliche Jahre früher und er beschrieb seine Erfahrungen unter anderem mit den Worten „survival of the fittest“.

Ich will an dieser Stelle nicht die Notwendigkeit der Spezialisierung im umkämpften und zunehmend regulierten Versicherungsmarkt vertiefen, sondern mich auf die **Hürden beim BAV-Verkauf konzentrieren**. Viele VermittlerInnen, die mit der betrieblichen Altersvorsorge als Instrument im „War for Talents“ oder anderen

## Mangelhafte Kenntnisse

Eine Befragung von Kaufbeeinflussern im Mittelstand zu ihren Erwartungen an VerkäuferInnen beim Ersttermin zeigte, dass sie sich dreierlei wünschen:

- ✓ Einen gut vorbereiteten Verkäufer.
- ✓ Sich gut verstanden fühlen
- ✓ Auf den Kundenbedarf zugeschnittene Informationen.

Um diese Erwartungen zu erfüllen, sollte sich ein Vermittler vor der ersten Kontaktaufnahme überlegen, welche Unternehmen in seinem Bestand oder in seiner Verkaufsregion ein besonderes Interesse an der BAV haben könnten. Der Grund ist so einfach wie schwierig für viele Verkäufer: Im Firmengeschäft geht es mehr um Kauf als um Verkauf. Mit der Vorüberlegung „Wer könnte besonderes Interesse an der BAV haben?“ erhöht ein Vermittler seine Chancen, erfolgversprechende Unternehmen anzusprechen.

Nach der Vorauswahl der potenziellen BAV Kunden sollte sich der Vermittler Zeit nehmen für die Vorbereitung auf die gezielte Ansprache. Das Internet ist eine erstklassige Informationsquelle für das Aufspüren von Ansätzen zur

Interesseweckern auf die potenziellen Kunden zuzugreifen, stecken in der Falle. Konkret: Die sogenannten Ersttermine waren zufriedenstellend. Die Gesprächspartner, im Mittelstand in der Regel der oder die Personalverantwortliche, zeigten Interesse. Man vereinbarte ein Angebot. Das Angebot wurde geschickt und dann – ging es nicht weiter.

## Die "Angebotsfalle" wird zum Standard

Es sind viele Angebote bei den potenziellen mittelständischen Kunden, doch nur wenige Abschlüsse werden daraus generiert. Was sind die Ursachen dafür? Analysen von knapp 200 konkreten BAV Verkaufsvorgängen ohne Abschluss zeigen vor allem drei Ursachen:

1. Mangelhafte Kenntnisse der Vermittler über die potenziellen Kunden.
2. Falsche Herangehensweise an die Unternehmen.
3. Unzureichendes Verkaufsmanagement.



Zwar werden viele Angebote gelegt – es kommt jedoch meist zu keinem Abschluss

Kontaktaufnahme und Argumenten beim Termin. In kununu.com (<http://www.kununu.com>) findet man möglicherweise einen Überblick zu den derzeit angebotenen Zusatzleistungen für Mitarbeitende. Auf der Webseite der Unternehmen finden sich Informationen zur Management-Struktur, zur Unternehmensphilosophie, uvm.

## Vorbereitung ist das A&O

Erfolgreiches Firmengeschäft hat weniger mit der Verkäuferpersönlichkeit zu tun als vielmehr mit sorgfältiger Vorbereitung. Das macht die Sache nicht ganz einfach, denn viele Vermittler begründen ihren Erfolg in der eigenen Person. Hört sich gut an, tut dem Einzelnen gut, reicht aber im mittleren und größeren Firmengeschäft nicht aus. Da sind andere Faktoren entscheidend: Der Vermittler muss zuerst wertvolle Informationen erkunden und dann den potenziellen Kunden ansprechen. Das erfordert Geduld. Warren Buffett, einer der erfolgreichsten und geduldigsten Investoren der Gegenwart, hat es einmal so formuliert: „An der Börse korreliert Erfolg nicht mit Aktivität.“ Das gilt für Big Deals im Firmengeschäft. Geduld und Analyse zahlen sich hier wie dort aus. Mit Blick auf die vorhin genannten Erwartungen der Kaufbeeinflusser im Mittelstand erhöht die Vorbereitung die Chance, mit der BAV beim Ersttermin auf echtes Interesse zu stoßen.

Damit sich die Gesprächspartner beim **Ersttermin „gut verstanden“** fühlen, sollte der Vermittler über seine BAV bezogenen Kenntnisse hinaus auch über das breite Angebot der Mitarbeiter-Zusatzleistungen Bescheid wissen. Nur so wird es ihm gelingen, die BAV richtig zu positionieren – als Instrument zur **Verstärkung der Mitarbeiterbindung und als wertvolle Zusatzleistung für die MitarbeiterInnen.**

Falls Ihnen, liebe LeserInnen, die Vorbereitung jetzt als zu aufwendig erscheint, darf ich Sie an das Ausgangsproblem erinnern: Viele Termine, viele Angebote, kaum Abschlüsse. Das ist die augenblickliche Realität. Die gute Vorbereitung und eine Portion Geduld sind der **erste Schritt, um der Angebotsfalle** im Firmengeschäft zu entgehen.

Im Buch „Die Kunst des Krieges“, das der Chinese Sunzi vor 2500 Jahren geschrieben hat, steht: „Der General, der eine Schlacht gewinnt, stellt vor dem Kampf im Geiste viele Berechnungen an. Der General, der verliert, stellt vorher kaum Berechnungen an!“ So führen viele Berechnungen zum Sieg und wenige Berechnungen zur Niederlage – überhaupt keine erst recht!

Weitere Tipps zur richtigen Herangehensweise zum systematischen Verkaufsansatz für die betriebliche Altersvorsorge erfahren Sie im nächsten Newsletter.

## Zum Autor:

**Alfons Breu**  
Vertriebscoach mit  
Schwerpunkt  
Firmengeschäft, intensiv  
im BAV Segment tätig



Der bayerische  
Dienstleister b2b coach  
GmbH & Co. KG ist auf das Gewinnen von  
Aufträgen im komplexen Firmengeschäft  
konzentriert. Fünf Coaches mit unterschiedlichen  
Kompetenzen stehen als zusätzliche  
Vertriebskapazitäten zur Verfügung. Der von b2b  
coach entwickelte systematische Verkaufsansatz  
wird in Praxis-Workshops und im Big Deal  
Coaching an konkreten Verkaufsvorgängen  
vermittelt.

b2b coach GmbH & Co. KG  
[www.b2b-coach.de](http://www.b2b-coach.de) (<http://www.b2b-coach.de>)

› **Zu den weiteren Artikeln im Newsletter** ([/nl123ba456/uebersicht/02\\_2016/](/nl123ba456/uebersicht/02_2016/))