

Einwandbehandlung im Versicherungsverkauf

Dieses Skript befasst sich mit der Einwandbehandlung in Verkaufsgesprächen. Ich habe aus verschiedenen Quellen meine eigene Interpretation zusammengefasst und stelle sie hier gerne zur Verfügung. Für Anfänger ist dieses Skript besonders geeignet, aber auch der Profi kann hier sicherlich noch etwas lernen.

1. Hintergrund zur Einwandbehandlung

In einem Verkaufsgespräch stehen sich immer zwei Personen gegenüber, die versuchen, für sich das Beste herauszuholen. Dazu gehören in der Regel auch Einwände gegen die Argumente des Gegenübers, Zweifel, Verhandlungen etc. Dabei ist es gleichgültig, ob sie auf der Seite des Verkäufers oder des Käufers stehen, eine Verhandlung gibt es immer.

Sei es nun Kritik, Wünsche, Fragen oder Zugeständnisse - Sie müssen sich um diese Argumente kümmern, um zum Erfolg zu kommen. Ich möchte Wege zeigen, wie man erfolgreich mit solchen Situationen fertig werden kann.

1.1 Vorwand oder Einwand?

1.1.1 Einwand und Vorwand unterscheiden

Stellen Sie sich bei einem Einwand des Kunden immer die wichtigste Frage:

Ist das jetzt ein echter **Einwand**, oder ist das einfach nur ein dummer **Vorwand**, um nicht kaufen zu "müssen"?

Sowohl Vorwände als auch Einwände sind Aussagen Ihres Gesprächspartners, die zum Ausdruck bringen, dass er mit irgendetwas nicht einverstanden ist. Häufige Gründe für sind:

- Zweifel an den vorgebrachten Argumenten
- Das Angebot gefällt ihm schlichtweg nicht, oder ist nicht ausreichend
- Sie als Verkäufer sind zweifelhaft
- Die Vorteile sind unklar
- Kein Interesse an einem Gespräch
- Kein Interesse an einer Zusammenarbeit mit Ihnen
- Unpassender Zeitpunkt

Mit Vorwänden und Einwänden man immer rechnen. Die Grundregel lautet hier: **Hören Sie zu, wenn Sie damit konfrontiert werden.** Nur, wenn Sie den wahren Grund erkennen, können Sie darauf reagieren und einen Einwand ausräumen.

Hierbei sei angemerkt, dass man **aktiv** zuhören sollte, also den Einwand noch einmal in anderen Worten wiederholt, um sicher zu stellen, dass man nichts falsch verstanden hat.

Der Unterschied zwischen einem Einwand und einem Vorwand:

Ein **Einwand** bedeutet, dass Ihre Bedingungen nicht ohne weiteres akzeptiert werden, man aber für weitere Verhandlungen bereit ist.

Ein **Vorwand** dient der Abwehr. ist so etwas wie eine Notlüge und dient in

Einwandbehandlung im Versicherungsverkauf

der Regel dazu, die Verhandlung zu beenden.

Es kann unterschiedliche Gründe für Vorwände geben, ich nenne mal zwei Beispiele:

- Dem Kunden ist etwas peinlich und er behauptet einfach, er hat kein Interesse, anstatt den wahren Grund preis zu geben.
- Der Gegenüber mag mich nicht, egal ob grundlos oder nicht. Er ist höflich genug, dies aber nicht auszusprechen und beendet das Gespräch unter einem Vorwand.

1.1.2 Was tue ich, wenn ein Einwand/Vorwand kommt?

Einen Einwand kann man entkräften, isolieren oder zugestehen - indem man den Einwand ausräumt wird man letztendlich zum Erfolg kommen. Vorwände können nicht ausgeräumt werden, da sie ja nur der Verschleierung dienen. Beim Versuch, einen Vorwand auszuräumen, wird häufig ein zweiter Vorwand kommen - oder der Kunde beharrt auf seinem ursprünglichen Vorwand, ganz gleich wie gut die Argumente sind. Wichtig ist, dass Sie erkennen, ob die Argumente des Kunden stimmen, oder nicht. Auch hinter einem Vorwand steckt eine Chance.

Beispiel

Ihr Kunde sagt: *"Das ist zu teuer!"*

Sie erwidern: *"Wenn wir mit dem Preis runter gehen, nehmen Sie dann das Angebot an?"*

Sagt der Kunde **"Nein"**, dann haben Sie es mit einem Vorwand zu tun und der Preis war gar nicht der entscheidende Punkt.

Sagt der Kunde **"Ja"**, dann haben Sie es mit einem Einwand zu tun, den Sie behandeln müssen, um zum Ziel zu kommen.

1.2 Nachfolgend einige Regeln:

1.2.1 Aufmerksam zuhören

Einwände können Sie vermeiden oder einschränken, indem Sie sich optimal auf die Bedürfnisse Ihres Verhandlungspartners einstellen. Je besser Sie mit offenen Fragen die Bedürfnisse Ihres Verhandlungspartners ermittelt haben, desto gezielter und treffender wird Ihre Argumentation ausfallen. Ein überzeugter Verhandlungspartner hat keine oder zumindest weniger Einwände. Je besser Sie bei einem Einwand zuhören, umso besser können Sie analysieren, warum er vorgebracht wird.

Stehen Sie Einwänden grundsätzlich positiv gegenüber. Ein Einwand ist nichts Negatives und er besagt noch lange nicht, dass Ihr Verhandlungspartner Ihnen nicht zustimmen wird, im Gegenteil: Bringt Ihr Verhandlungspartner einen Einwand vor, dann heißt das, dass er sich in Gedanken schon mit einem Abschluss beschäftigt hat. Er äußert einen Zweifel und möchte weitere Informationen oder vielleicht auch ein Zugeständnis. Für Sie ist das eine Chance, Ihr Angebot, Ihre Konditionen mit allen Vorteilen noch einmal genau zu erklären. Nehmen Sie

Einwandbehandlung im Versicherungsverkauf

deshalb jeden Einwand als positives Signal. Würde Ihr Verhandlungspartner den Zweifel nicht äußern, dann hätten Sie diese Chance nicht.

1.2.2 Nie widersprechen

Viele Menschen neigen dazu, bei einem Einwand sofort zu widersprechen. Damit nehmen Sie sich in den meisten Fällen die Chance, den Einwand auszuräumen. Mit Widerspruch, der z.B. durch Äußerungen gekennzeichnet ist, wie "Nein, das stimmt nicht..." oder "So ist das nicht gemeint..." verärgern Sie in der Regel Ihren Verhandlungspartner. Zu Recht, denn mit solchen Äußerungen bringen Sie zum Ausdruck, dass Sie seine Sachkompetenz anzweifeln. Sie verletzen das Selbstwertgefühl Ihres Gesprächspartners. Verhandlungserfolge erzielen Sie nicht. Auch wenn Ihnen ein Einwand überflüssig oder gar dumm erscheinen mag: Achten Sie immer darauf, ihn sein Gesicht wahren zu lassen.

1.2.3 Hintergründe in Erfahrung bringen

Um einen Einwand mit weiteren Argumenten ausräumen zu können, müssen Sie erst einmal wissen, warum der Einwand vorgebracht wurde. Ansonsten ist es möglich, dass Sie daran vorbei argumentieren. Nur, wenn Sie die Hintergründe des Einwandes kennen, können Sie richtig auf ihn reagieren und ihn anschließend ausräumen. Sagt Ihnen Ihr Verhandlungspartner zum Beispiel, er finde Ihr Angebot zu teuer, kann dies unterschiedliche Gründe haben. Vielleicht ist er vom Preis-Leistungs-Verhältnis nicht überzeugt, vielleicht liegt ein günstigeres Angebot von der Konkurrenz vor, vielleicht reicht sein Budget dafür einfach nicht aus. Stellen Sie deshalb - nachdem Sie aktiv zugehört haben - offene Fragen, um die Hintergründe für den Einwand zu erfahren.

Beispiele

Einwand: "Zu teuer"

"Womit vergleichen Sie den Preis?"

"Was meinen Sie genau mit 'zu teuer'?"

"Wie teuer dürfte es denn Ihrer Meinung nach sein?"

"Wonach beurteilen Sie den Preis?"

Einwand: "Kein Bedarf"

"Kein Interesse"

"Woran haben Sie keinen Bedarf?"

"Wo liegt denn Ihr besonderes Interesse?"

1.2.4 Überzeugen durch Argumente

Wenn Sie den Einwand genau analysiert haben, können Sie entscheiden, wie Sie weiter vorgehen wollen.

- Hat Ihr Verhandlungspartner zum Beispiel noch Zweifel an Ihrem Preis-Leistungs-Verhältnis, können Sie ihn mit weiteren Argumenten von der Qualität Ihres Angebotes überzeugen.
- Liegt ein günstigeres Angebot der Konkurrenz vor, ist es ratsam, zunächst die Leistungen des Konkurrenzangebots mit Ihren Konditionen zu vergleichen. Es ist möglich, dass der Preis zwar günstiger ist, die Leistungen aber nicht vergleichbar sind.

Einwandbehandlung im Versicherungsverkauf

Sie können danach immer noch entscheiden, ob es sinnvoller ist, Ihren Verhandlungspartner mit weiteren Informationen und Argumenten von Ihrem Angebot zu überzeugen, oder ob Sie ein Preiszugeständnis machen möchten. Bedenken Sie, dass oft nicht der Preis allein entscheidet. Sympathie und Vertrauen spielen unter Umständen eine viel größere Rolle.

- Reicht das Budget Ihres Verhandlungspartners nicht aus, sollten Sie überprüfen, ob Sie eventuell andere Leistungen streichen können, um den Preis zu senken. Sie können sich gegebenenfalls auch noch entscheiden, Ihrem Verhandlungspartner im Preis entgegenzukommen.

Nicht alle Einwände können Sie ausräumen. Es ist durchaus möglich, dass es keine triftigen Gegenargumente gibt und Sie dem Einwand nichts entgegen können, da er den Tatsachen entspricht. In diesem Fall sollten Sie den Einwand Ihres Verhandlungspartners einfach akzeptieren und anschließend die Pluspunkte auf anderen Gebieten sammeln.

1.3 Auf den Punkt gebracht:

- Einwände und Vorwände sind Widerstände gegen Ihr Angebot oder gegen Ihre Konditionen.
- Vorwände sind Abwehrmechanismen, die den wahren Grund für den Widerstand verdecken sollen.
- Einwände können Sie ausräumen, Vorwände können Sie nicht ausräumen, da Sie den wahren Grund für den Widerstand nicht kennen.
- Vorwände können Sie leicht daran identifizieren, dass sie bei dem Versuch, sie wie einen Einwand auszuräumen, wiederholt werden bzw. dass ein weiterer Vorwand folgt.
- Hören Sie freundlich und aufmerksam zu, wenn Sie mit einem Einwand konfrontiert werden. Widersprechen Sie nicht. Versuchen Sie die Hintergründe für den Einwand durch offene Fragen zu ermitteln. Überzeugen Sie anschließend mit weiteren, treffenden Informationen und Argumenten.
- Wenn Sie fest mit einem Einwand rechnen, können Sie ihn auch vorwegnehmen und direkt mit guten Argumenten ausräumen.

2 Wie geht man mit Einwänden um?

Bevor Sie auf einen Einwand antworten, ist es zunächst wichtig, den anderen ausreden zu lassen, um den Einwand richtig zu verstehen. Sie können auch eine kurze Pause machen oder noch mal nachfragen, ob Sie den Einwand richtig verstanden haben ("Habe ich Sie richtig verstanden ...").

Dies signalisiert Wertschätzung gegenüber dem Gesprächspartner und gibt Ihnen Zeit zum Nachdenken ("Abpuffertechnik"). Auch können Sie sich den Einwand noch konkretisieren lassen (Wie meinen Sie das..., "Wieso?", "Woran liegt das?").

2.1 Spezifische Tipps für die Einwandbehandlung:

2.1.1 Bereiten Sie sich auf die häufigsten Einwände vor!

Einwandbehandlung im Versicherungsverkauf

Einer der einfachsten Tipps, um mit Einwänden umzugehen, ist eine gute Vorbereitung. Überlegen Sie sich vor dem Gespräch, welche Einwände zu Ihrem Standpunkt kommen könnten und wie Sie diesen begegnen.

2.1.2 Nehmen Sie häufige Einwände vorweg

Einwände selbst anzusprechen, bevor sie von den Zuhörern vorgebracht werden, ist eine häufig praktizierte Technik, um diesen zu begegnen ("Viele Kunden sagen an dieser Stelle ..., hierzu kann ich nur sagen ..."). Der Vorteil liegt darin, zu Agieren statt zu Reagieren. Diese Technik verlangt eine gute Kenntnis des Gesprächspartners, da man sonst auch "schlafende Hunde wecken" kann.

2.1.3 Arbeiten Sie mit Beispielen und Referenzen ("Referenzmethode").

Entkräften Sie die Einwände Ihres Gesprächspartners durch positive Beispiele für Ihren Standpunkt und Referenzen.

2.1.4 Begrenzte Zustimmung und ein "und" ("Technik der begrenzten Zustimmung").

Begrenzte Zustimmung geben heißt, Ihrem Gesprächspartner teilweise Recht zu geben und dann Ihren Standpunkt zu ergänzen und somit die Sichtweise des Anderen zu verändern. Hier widerspricht man nicht dem Standpunkt des Gesprächspartners, sondern knüpft an seine Gedanken an ("Dies ist ein sehr wichtiger Punkt. Ich kann Ihnen an dieser Stelle nur zustimmen und natürlich muss hier berücksichtigt werden ...", "Ich kann Sie sehr gut verstehen, wenn Sie sagen ...").

2.1.5 Deuten Sie den Einwand in einen Kundennutzen um ("Reframingtechnik").

Der Einwand den der Gesprächspartner gerade formuliert, kann gerade auch ein Argument für Ihre Position sein. Diese Vorgehensweise wird auch "Gerade-Deshalb-Technik" genannt.

2.1.6 Stellen Sie überraschende Einwände zurück ("Verzögerungstechnik").

Wenn Sie auf einen Einwand im Moment keine Antwort wissen, können Sie ihn auch zurückstellen und später darauf eingehen. Zu einem späteren Zeitpunkt fällt Ihnen vielleicht mehr dazu ein.

2.1.7a Geben Sie den Nachteil zu und zeigen Sie Vorteile auf ("Vorteile-Nachteile-Methode")

Bei manchen Einwänden hat der Gesprächspartner einfach Recht. Geben Sie diesen Nachteil zu und zeigen Sie dann die Vorteile, die Ihr Standpunkt hat, auf. Hierdurch soll verdeutlicht werden, dass trotz dieser Nachteile die Vorteile überwiegen.

2.1.7b Geben sie den Nachteil zu und isolieren Ihn („Einwand-Isolierung“)

Einwandbehandlung im Versicherungsverkauf

Auf Einwände direkt einzugehen ist dann sinnvoll, wenn Sie als Verkäufer das Gefühl haben, dass der Kunde das Produkt gerne kaufen möchte, jedoch mit einigen Aspekten noch nicht ganz einverstanden ist. Häufig jedoch geschieht es, dass Kunden, die sich noch nicht sicher sind, Einwände vorbringen und entlang Ihrer Antworten dann eine Entscheidung treffen wollen. So nach dem Motto: „ich weiß noch nicht recht ... lass uns noch ein wenig plaudern ... dann werde ich mir sicher sein“.

Nutzen Sie solche Einwände und „drehen Sie den Spieß“ um. Gehen Sie in die Offensive und fragen Sie den Kunden, was ihm an Ihrem Angebot gut gefällt. Das hat für alle Beteiligten Vorteile. Sie als Verkäufer müssen sich nicht mit Einwänden auseinandersetzen, die nichts anderes sind als „Gesprächsfüllstoff bis zur Entscheidungsfindung“ und der Kunde kann nun viel strukturierter über Vor- und Nachteile nachdenken. Auf einen Einwand wie z.B. „Die Vertragsbindung ist mir zu lang“ könnte Ihre Entgegnung lauten: „Einmal abgesehen von der Mindestlaufzeit eines halben Jahres, worin liegen denn für Sie die wesentlichen Vorteile der angebotenen Variante?“

2.1.8 Argumentieren Sie mit Fakten und Daten

Manche Einwände können durch konkrete Zahlen und Fakten entkräftet werden. Nennen Sie konkrete Zahlen in Prozent, Euro usw. Gegen eine so konkrete Nutzenargumentation kommen nur wenige Einwände an, da dem Gesprächspartner in der Regel keine Informationen über diese Zahlen vorliegen, und er sie als korrekt hinnehmen muss.

2.1.9 Die Gegenfrage

Immer wieder passiert es, dass Sie mit Bedenken und Einwänden des Kunden konfrontiert werden, die so allgemein gehalten sind, dass es keine Antwort darauf gibt. Auf den Vorwurf des Kunden: „Im Schadensfall zahlt die Versicherung dann meistens doch nicht“, gibt es kaum eine sinnvolle Antwort, weil Sie ja nicht wissen, welche Erfahrungen den Kunden zu dieser Meinung gebracht haben. Sie als Verkäufer haben hier nur die Chance zu fragen: „Wie kommen Sie zu dieser Einschätzung?“ Mit dieser Frage haben Sie erstens die Gesprächsführung wieder übernommen und gewinnen zweitens Zeit und wertvolle zusätzliche Informationen.

2.2 Einwandbehandlung in der Praxis

2.2.1 Erfolgreiche Einwandbehandlung leicht gemacht - ist das möglich?

Ja und nein!

Es gibt unterschiedliche Einwandbehandlungstechniken, die dem Verkäufer ein gutes Rüstzeug für Einwände gibt, aber über die Wirksamkeit scheiden sich die Geister. Doch eines ist klar - besser die Technik erlernen und verwenden, als einfach irgend etwas tun!

2.2.2 Die einfachsten Techniken

Die Grundtechniken sind immer die Gegenfrage und die Einwand-Isolierung, da man diese beiden Techniken quasi bei jedem Einwand einbringen kann und man den Gesprächsfluss aufrecht erhalten kann. Desweiteren schließen diese „sanften“ Einwandbehandlungen spätere Techniken nicht aus.

Einwandbehandlung im Versicherungsverkauf

Die begrenzte Zustimmung und das Reframing sind bereits fortgeschrittene Techniken, die nicht in jedem Fall funktionieren. Sie zielen darauf, trotz des Einwandes möglichst schnell zum Abschluss zu kommen.

Die weiteren Techniken (Argumentation mit Zahlen und Fakten, Vorteile-Nachteile, Referenzmethode) sind natürlich für Experten gedacht und brauchen ein umfassendes Fachwissen und gut vorbereitete Daten.

Eine Diskussion oder Debatte (Eristik) sollte auf jeden Fall vermieden werden.

2.3 Beispiele für Einwandbehandlung

2.3.1 „Mir passiert schon nichts!“

Der Kunde hat die Vorteile des Tarifs noch nicht erkannt und sieht nur die Nachteile (Beiträge).

- Gegenfrage: Was wäre denn das Schlimmste, was Ihnen passieren kann?
- Reframing: Gerade weil Sie bisher verschont wurden, sollten Sie ihre kostbare Gesundheit nicht aufs Spiel setzen.
- Begrenzte Zustimmung: Ich kann sie sehr gut verstehen, wenn Sie sagen, dass bei einigen Kunden die Versicherung nie in Anspruch genommen werden kann. Allerdings muss man berücksichtigen, dass das im Bereich „Zahnersatz/Krankenhaus“ eher die Ausnahme ist.

2.3.2 „Ich will noch überlegen.“

90 % des Verkaufs sind geschafft, dieser Einwand bedeutet Endspurt!

Das verstehe ich sehr gut! Ich mag es auch nicht, wenn ich zu schnellen Entscheidungen gedrängt werde...

- Gegenfrage: Worüber sind Sie sich denn noch unklar?
- Einwand-Isolierung: Abgesehen davon, dass Sie noch eine Nacht darüber schlafen wollen, was gefällt Ihnen denn an dem Tarif?
- Reframing: Genau deshalb sollten wir jetzt den Antrag zusammen ausfüllen, damit in diesem Bereich keine Rückfragen mehr auftauchen. Sie können ja dann noch einige Zeit warten, bis Sie den Antrag an uns schicken.

2.3.3 „Ich will noch vergleichen!“

Was möchten Sie denn vergleichen, bestimmt Preis und Leistung, richtig? Das verstehe ich sehr gut. Mein Partner und Ich, wir kaufen auch nicht das Erstbeste. Außerdem wird in den Medien immer darauf hingewiesen, man soll sich Angebote einholen und sich das Beste herausuchen...

- Einwand-Isolierung: Abgesehen vom Preis, was gefällt Ihnen denn besonders an diesem Tarif?

Einwandbehandlung im Versicherungsverkauf

- Gegenfrage: Sie wissen, wir sind ein Versicherungsmakler und arbeiten mit allen Gesellschaften auf dem Markt zusammen. Was sollte denn der Tarif beinhalten, den Sie abschließen möchten?

2.3.4 „Das ist zu teuer.“

Die Frage nach dem Preis zeigt deutlich, dass der Kunde Interesse hat.

- Einwand-Isolierung: Abgesehen vom Preis, was gefällt Ihnen denn besonders an diesem Tarif?
- Gegenfrage: Sie wissen, wir sind ein Versicherungsmakler und arbeiten mit allen Gesellschaften auf dem Markt zusammen. Was sollte denn der Tarif kosten, den Sie abschließen möchten?
- Reframing: Genau deshalb bin ich ja für Sie da. Was sind denn die Punkte, die Sie unbedingt versichert haben möchten, dann suchen wir zusammen den passenden Tarif ohne teure Extras für Sie heraus.

2.3.5 „Das muss ich erst mit meiner Frau/ mit meinem Mann besprechen.“

Ein klassischer VORWAND.

- Gegenfrage: In welchem Punkt könnte es Unstimmigkeiten mit ihrem Partner geben?
- Gegenfrage: Also mein Gefühl sagt mir, dass Sie in diesem Moment gar kein Vertrauen haben in das, was ich hier sage. Was ist wirklich los?
- Reframing: Gerade deshalb sollten wir jetzt nochmal in Ruhe alles durchgehen, damit Sie auch eine fundierte Grundlage haben, um das mit Ihrem Partner zu besprechen. Oder denken Sie, dass Ihr Partner grundsätzlich etwas gegen die Versicherung haben könnte?

**Ich wünsche allen Lesern viel Erfolg im Verkauf!
Der wichtigste Punkt, der mir am Herzen liegt ist:
überreden Sie Ihre Kunden nicht, sondern überzeugen Sie sie!
Vom Produkt, von der Gesellschaft, aber vor allem: Von Ihnen als
Berater!**

Über den Author

Patrick Saar ist 1980 geboren und Diplomkaufmann für Versicherungswesen (FH). Der Wahlsaarländer kommt aus dem Bereich der Lebensversicherungs-Mathematik und sucht nach einfachen und durchführbaren Methoden im Verkaufsgespräch. Über sich selbst sagt er: „Ich war noch nie ein Verkaufstalent! Bei mir ist der Verkauf harte, routinierte Arbeit und die Einwandbehandlung der Schlüssel zum Erfolg. Es gibt viele fachlich gute Berater auf dem Markt, denen mit diesem Werkzeug geholfen werden soll, auch letztendlich den verdienten Lohn für ihr Bemühen zu erhalten.“

<http://www.saar-versicherung.de>

(Stand: April 2010)

Patrick Saar

8/8

April 2010

www.saar-versicherung.de