

VersicherungsJournal.de

Das Wesentliche im Blick

Vertrieb & Marketing vom 26.6.2020

Homeoffice als Chance: Kundengespräche steuern mit Empathie

Gesprächsleitfäden und Verkaufstrainings können gute Hilfsmittel sein, Empathie aber nicht ersetzen. Denn die macht quasi die Tür auf, damit Sachargumente viel leichter zum Ansprechpartner durchdringen. Homeoffice ist eine günstige Gelegenheit, sich darin zu üben. Ziel ist, eine neue Balance zwischen Nähe und Distanz zum Kunden herzustellen. Gespräche werden dadurch meist sehr wirksam: Man erreicht seine Ziele besser und Gesprächszeiten werden sogar reduziert.

Wer wahrnimmt, was im Kunden vorgeht, hat es leichter und letztendlich eher Erfolg im Beratungsgespräch. Denn Empathie – die Fähigkeit, sich in die Situation anderer einzufühlen – erzeugt Vertrauen, schafft treue Kunden und sorgt für Empfehlungen.

Sie kann letztendlich den Ausschlag dazu geben, dass ein Kunde sich für ein Angebot entscheidet. Fehlt es an Einfühlungsvermögen, ist dies oft der Grund dafür, warum Kunde und Vermittler sich fremd bleiben und unverrichteter Dinge wieder auseinandergehen.

Empathie beginnt mit einer Selbstdiagnose

„Heute stehen Sie als Mensch im Mittelpunkt“: Welcher Berater kennt diese und ähnliche Floskeln nicht? Solche Sätze, Gesprächsleitfäden oder Verkaufstrainings können zwar hilfreich sein. Empathie ersetzen können sie nicht. Sie ist eine unterschätzte Ressource, meint Ralph Lange, Inhaber der Beratungsfirma [Top Perform](#).

Um das besser einschätzen zu können, ist Selbst-Empathie der erste Schritt. Wer seine eigenen Emotionen wahrnimmt, kann sich selbst besser steuern und macht sich unabhängiger von äußeren Einflüssen. Folgende Fragen helfen dabei, sich selbst und sein Verhalten im Kundengespräch besser zu verstehen:

- Sie müssen einem Versicherten oder dem betreuenden Makler/Vertreter mitteilen, dass ein Schaden nicht gedeckt ist. Hören Sie sich seine Argumente an? Wie gehen Sie mit der Bitte um eine kulante Regelung um, obwohl der Sachverhalt eindeutig ist?
- Ein Kunde erläutert Ihnen am Telefon, dass er von der Innenstadt in einen Vorort gezogen ist. Konzentrieren Sie sich darauf, die neue Adresse zu erfahren? Oder bemerken Sie, ob diese Veränderung von Ihrem Gesprächspartner positiv oder negativ beurteilt wird?
- Werden Sie aufgeregt, ungehalten oder nervös, wenn ein junger Kunde Ihre Sachargumente „private Altersvorsorge frühzeitig aufbauen“ nicht aufgreift, sondern mit weitschweifigen Erzählungen über „So genieße ich das Leben“ konterkariert?
- Einer Ihrer sehr gut bekannten, langjährigen Kunden, der seit Jahren gesetzlich Krankenversichert ist, fragt Sie völlig überraschend nach der Möglichkeit, in die private Krankenversicherung (PKV) zu wechseln. Können Sie sich vorstellen, was diese Kehrtwendung ausgelöst haben könnte und was er dadurch zu erreichen hofft?

Einfühlungsvermögen schafft gute Laune und treue Kunden

Empathisch ist derjenige, der wahrnimmt, was in einem anderen vorgeht. „Die Herausforderung ist hier, wachsam zu sein, hinzuhören, bewusst wahrzunehmen und Stimmungen aufzugreifen“, erläutert

der auf Service- und Vertrieboptimierung spezialisierte Lange. „Empathische Menschen können in die Schuhe ihres Gegenübers schlüpfen, sich in seine Gefühls- und Gedankenwelt versetzen.“

Wer zumindest versteht – besser noch sich einfühlen kann –, was in einem Kunden vorgeht, öffnet sich selbst bislang verschlossene Türen. „Er erlebt sich als souverän, hat Freude am Gespräch und ist stolz auf seine Leistung“, weiß Lange. So wird die Kommunikation persönlich, nah und leicht. Der Lohn: Emotional berührte Kunden bauen eher eine Bindung auf, sind loyal und empfehlen häufiger.

Übersicht zu Arten der Wahrnehmung und Gesprächsführung		
Kundenaussage	Konventionelle Antwort	Empathische Antwort
Können Sie da nicht kulanter sein?	Tut mir leid, aber das ist nicht möglich.	Sie sind uns wichtig und Ihr Anliegen ist nachvollziehbar. Deswegen würde ich Ihnen da auch gerne entgegenkommen, aber wegen ... geht das leider nicht.
Ich bin umgezogen in die Vorstadt.	Okay, geben Sie mit bitte die neue Adresse.	Ah, die Gegend kenne ich. Klingt, als ob Sie sich freuen (...nicht so sehr drauf freuen...).
Ich genieße das Leben, brauche keine Altersvorsorge.	Aber bedenken Sie die Vorteile, die Sie mit einer privaten Altersvorsorge haben.	Ja, dass Sie in Ihrem Alter so denken, liegt auf der Hand, das ging mir damals nicht anders. Ich hatte aber einen Onkel, der mich liebevoll beeinflusst hat, mich früh um solche Dinge zu kümmern. Heute bin ich ihm dankbar.
Welche Möglichkeiten habe ich, in die PKV zu wechseln?	Da Ihr Einkommen über der Beitragsbemessungsgrenze liegt, ist das einfach.	Ups, da bin ich aber überrascht. Jetzt kennen wir uns schon so lange, Herr ... Es gab hoffentlich kein unerfreuliches Vorkommnis mit Ihrer Krankenkasse? ... <i>Zuhören und zur geäußerten Begründung passende Argumente bringen.</i>

Homeoffice nutzen als idealen Übungsraum

Jetzt bietet Homeoffice neue Freiräume, seine empathischen Fähigkeiten zu trainieren. Für viele bedeutet das Arbeiten zu Hause: kein morgendlicher Stau, der schlechte Laune verursacht; Freizeit statt Businesskleidung; weniger Termine und generelle Entschleunigung; persönliches Arbeitsumfeld statt Büroatmosphäre. Daher ist die Gelegenheit günstig, sich selbst locker zu machen und mutig auf Floskeln in Gesprächen zu verzichten.

Während Sie mit einem Kunden telefonieren, kommt Ihr Kind ins Arbeitszimmer und fordert Sie auf, mit ihm zu spielen. Statt sich einfach nur zu entschuldigen, könnten Sie sagen: „Familie und Job zu trennen, ist gegenwärtig nicht einfach.“ Wenn Sie Glück haben, ist dies der Beginn eines persönlichen Gesprächs, das mit dem Abschluss einer Kinder-Unfallversicherung endet.

Trauen Sie sich, über Gefühle zu sprechen. Freuen Sie sich mit Ihrem Kunden, wenn der Schaden umgehend beglichen wird. Fühlen Sie mit ihm, wenn er wegen Kurzarbeit um einen Prämienaufschub bittet. „Es sind oft einfache, persönliche Bemerkungen, die den Unterschied machen“, ist Lange überzeugt. „Finden Sie eine neue Balance aus Nähe und Distanz zum Kunden“, so sein Rat. „Das entspannt Sie selbst und überrascht den Kunden positiv.“

Professionelle Emotionsarbeit

Übersicht Gefühle

Gefühle, die Sie spüren können, wenn sich Ihre Bedürfnisse erfüllen

Wohl	Inspiriert
Glücklich	Klar
Froh	Liebevoll
Begeistert	Lustig
Berührt	Neugierig
Gelassen	Zuversichtlich
Entspannt	Zufrieden
Erleichtert	Erstaunt
Erfrischt	Leicht
Gespannt	Ruhig
Gut gelaunt	Lebendig
Hoffnungsvoll	Wach

Gefühle, die Sie spüren können, wenn sich Ihre Bedürfnisse nicht erfüllen

Irritiert	Erschrocken
Frustriert	Gelangweilt
Gestresst	Genervt
Überrascht	Hilflos
Ängstlich	Nervös
Ärgerlich	Traurig
Bedrückt	Ungeduldig
Aufgeregt	Unglücklich
Besorgt	Unwohl
Einsam	Verstört
Enttäuscht	Verzweifelt
Müde	Widerwillig

Bild: Lange

Empathie heißt nicht nur einfach „nett sein“

Einige praktische Tipps für Empathie-Einsteiger und Fortgeschrittene können dabei helfen, das Instrumentarium für Beratungsgespräche zu trainieren:

- Versuchen Sie einmal, Ihre eigenen Emotionen möglichst genau zu benennen. Dabei kommt es auf Feinheiten an. Geht es um Ärger oder Sorge, Freude oder Erleichterung? Der Unterschied ist wichtig, denn je treffender Sie die Emotion beschrieben, desto leichter lässt sie sich steuern.
- Empathie kommt vor Argumenten. Empathie macht quasi die Tür auf, dann können Sachargumente (viel leichter) zum Ansprechpartner durchdringen. Leider wird es oft umgekehrt probiert: Erst mit Argumenten die Tür aufstemmen, und wenn es geklappt hat, mit guter Laune die Beziehung stärken.
- Ohne bewusste Empathie nutzen Sie die kommunikativen Möglichkeiten nur sehr eingeschränkt.
- Mit Empathie steuern Sie Gespräche sehr wirksam. Sie erreichen Ihre Ziele besser und Gesprächszeiten werden sogar reduziert. Viele haben Bedenken, dass Gespräche dadurch verlängert werden. Das passiert aber nur dann, wenn Empathie mit Smalltalk oder „nett sein“ verwechselt wird.

Eva-Bettina Ullrich