
Vorwort

von Bernd W. Klöckner

Zwischen meinem Entschluss, mich auf therapeutischem Gebiet zu professionalisieren und meinem Arbeiten auch ein wissenschaftliches Fundament zu geben, liegen heute viele Aus- und Weiterbildungen, u.a. das Studium „Systemisches Management“. Das sind viele intensive Jahre, in denen sich mir die Welt der Therapie, der systemischen Beratung und der Supervision immer mehr erschloss. Als ich dann verpflichtet war, als Studienvoraussetzung therapeutische Sitzungen und Supervisionen zu nehmen, konnte ich hautnah erleben, wie professionelle Therapie Veränderungsprozesse anregt und anstößt – durch die richtigen Fragen zur richtigen Zeit, durch das Eröffnen neuer Horizonte, durch die Stärkung von Selbstwirksamkeit und Entschlussfähigkeit.

Ein einfacher Gedanke stand bald im Mittelpunkt meines Interesses: Wenn Therapie ein Veränderungsprozess ist und Beraten und Verkaufen auf dasselbe abzielt, nämlich auf Veränderungsprozesse – wo liegt die gemeinsame Schnittmenge? Denn was Therapie wirkungsvoll macht, musste sich auch für die Prozesse des Beratens und Verkaufens, gerade auch in ihrer wechselseitigen Durchdringung, nutzbar machen lassen.

Mit diesem Ansatz erschlossen sich relevante Dynamiken der Veränderung en détail. Unter dem Arbeitsbegriff ‚Verkaufstherapie‘ und vorgestellt als „Systemisches Beraten und Verkaufen“ ließen sich die Resultate in Trainingseinheiten transferieren. Deren Erfolg auch wissenschaftlich zu belegen und zu untermauern, ist ein Ziel der vorliegenden Arbeit, indem sie die Trainingsinhalte empirisch dokumentiert und überprüft und in theorierelevante Kontexte stellt. Die Arbeit belegt, dass sich Beziehungen zwischen Berater/Verkäufer und Klient/Kunde unter Zuhilfenahme des hier vorgestellten Phasenmodells signifikant verbessern lassen.

Auf eine einfache Formel gebracht: Kunden wollen Beratung und (Ver-)Kaufen *erleben*. Dies gelingt, wenn das Vorgehen unter ‚ganzheitlicher Perspektive‘ erfolgt und auf der Internalisierung systemischen Wissens und dem alltagssensiblen Beherrschen klar differenzierter Prozessphasen aufbaut. Für die Finanzbranche,

aber nicht nur für sie, liegt damit im 6-Phasen-Modell ein wertvolles, weil für alle Seiten ‚Wert schaffendes‘ Potenzial: für die Berater/Verkäufer, weil sie über größere Kundenzufriedenheit auch die Kundenbindung steigern, für die Klienten/Kunden, weil sie sich nicht nur mit ihren Anliegen verstanden, sondern auch als Personen gesehen und begleitet erleben, und schließlich für die Unternehmen, die ihre bereits implementierten und vertrauten Modelle, Techniken und Strategien durch das 6-Phasen-Modell wirkungsvoll unterstützen und optimieren können.

Die vorliegende Arbeit will, theoretisch verortet und eingebettet in empirische Analyse, einen wesentlichen Beitrag dazu leisten, dieses Potenzial plausibel, anschaulich und damit verfügbar zu machen.

Systemisch verkaufen und beraten in der
Finanzbranche

Dauerhaft erfolgreich durch gelingende Kundenbindung

Klöckner, B.W.

2014, XX, 289 S. 21 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-05862-3