
Inhalt

1	Einführung	1
2	Ansätze zur Erklärung des Verkaufsprozesses	7
2.1	Finanzdienstleistungsunternehmen	8
2.1.1	Basisinstrumente des Marketings	9
2.1.2	Zusammenfassung	10
2.2	Verkäufer	12
2.2.1	Motivationstheorien und Verkaufsprozess	13
2.2.2	Emotionstheorien	17
2.2.3	Verkaufsstile und Verkäufertypen	20
2.2.4	Ein Spannungsfeld divergierender Kunden- und Verkäuferinteressen	26
2.3	Kunden	27
2.3.1	Demografische Merkmale und Einflussquellen auf das Konsumentenverhalten	27
2.3.2	Kauforientierung und Bedürfnishierarchie der Kunden	28
2.3.3	Neurologische Ansätze	30
2.3.4	Kundentypen und GRID-Ansatz nach Blake/Mouton	31
2.3.5	Komplexe Typologien des Kaufverhaltens	36
2.4	Zusammenfassung der Ansätze zur Erklärung des Verkaufsprozesses	37
3	Entwicklung der Vermögens- und Versicherungsberatung	39
3.1	Vermögensberatung	39
3.2	Versicherungsberatung	44
3.2.1	Historischer Rückblick auf die Entstehung des Berufszweiges	44
3.2.2	Vertriebsformen für Versicherungen	45

3.3	Finanzvermittlung heute	46
3.4	Zusammenfassung	48
4	Gestaltung der Beziehung zwischen Verkäufern und Kunden	49
4.1	Klassische Ansätze	49
4.1.1	Phasenbezogener Ansatz	49
4.1.2	Interaktionsansatz	51
4.1.3	Sprachwissenschaftliche Ansätze	52
4.1.4	Problemlösungsansatz	55
4.1.5	Analyseansatz	56
4.1.6	Transaktionsanalytischer Ansatz	57
4.1.7	Neurolinguistischer Programmierungs-Ansatz	59
4.2	Neue Verkaufs- und Beratungsansätze	61
4.2.1	Systemtheorie	62
4.2.2	Personale Systemtheorie	62
4.2.3	Systemische Beratung – Ursprung und Entwicklung	65
4.3	Zusammenfassung der klassischen und neuen Beratungsansätze ..	67
5	Ausbildungsinhalte in der Finanzberatung	69
6	Die systemische Finanzberatung	71
6.1	Systemische Beratung	71
6.2	Phasen einer systemischen Finanzberatung	75
6.3	Leitlinien für die systemische Finanzberatung	79
6.4	Die Praxis der systemischen Finanzberatung	82
6.5	Tabellarische Zusammenfassung: Systemische Finanzberatung ...	86
6.6	Interventionen	89
6.7	Zusammenfassung	90
7	Empirische Untersuchung und Analyse	91
7.1	Ziele, Fragen und Hypothesen	91
7.2	Methodisches Vorgehen	93
7.3	Pretest	94
7.3.1	Entwicklung des Fragebogens	95
7.3.2	Auswertung und Ergebnisse	96
7.4	Schriftliche Befragung	97
7.4.1	Methode	97
7.4.2	Befragung der Finanzdienstleister	99
7.4.3	Kundenbefragung	107

7.5	Telefoninterviews	109
7.5.1	Entwicklung des Fragebogens	109
7.5.2	Methode	110
7.5.3	Auswertung	111
7.6	Kontrollinterviews	117
7.7	Erkenntnisse der empirischen Untersuchung	119
8	Empfehlungen und Modell einer systemischen Ausbildung	123
8.1	Modell einer systemischen Ausbildung	123
8.2	Empfehlungen	132
9	Abschluss	135
10	Resumé	137
10.1	Uvod	137
10.2	Cieľ	137
10.3	Metodika a metódy	138
10.3.1	Pretest	140
10.3.2	Písomná online anketa	141
10.3.3	Rozhovor poradcov a zákazníkov	141
10.3.4	Kontrolný rozhovor	143
10.4	Výsledky	143
10.4.1	Výsledky pretestu	143
10.4.2	Výsledky online ankety (anketa medzi finančnými poradcami)	144
10.4.3	Výsledky online ankety (anketa medzi zákazníkmi)	145
10.4.4	Výsledky telefonického rozhovoru	145
10.4.5	Výsledky kontrolného rozhovoru	147
10.4.6	Podstatné poznatky empirického výskumu	147
10.5	Význam	148
11	Quellenverzeichnis	151
12	Anhang I: Pretest	159
13	Anhang II: Hauptuntersuchung	173
13.1	Befragung der Finanzberater (allgemein)	173
13.2	Befragung der Finanzberater (recoded)	187
13.3	Befragung der Finanzberater (BWKler)	199

13.4 Befragung der Finanzberater (BWKler, recoded)	223
13.5 Kundenbefragung	230
14 Anhang III: Onlinefragebogen „Finanzdienstleister“	247
15 Anhang IV: Kundenbefragung	261
16 Anhang V: Interviewfragen mit Kunden und Beratern vorher/nachher	279
16.1 Interviews mit Kunden	279
16.2 Interviews mit Finanzberatern	281
17 Anhang VI: Einheitlicher Text für den ersten Anruf	285
18 Anhang VII: Curriculum systemischer Ausbildung	287
Über den Autor	289

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