

# Inhaltsverzeichnis

Geleitworte des Herausgebers.....	5
Für wen ist dieses Buch gedacht? .....	7
Einleitung .....	11
1. Wie Sie den größten Nutzen aus diesem Buch ziehen .....	17
2. Krisenzeiten als Chance für Kundenansprache .....	21
2.1 Kursverluste zur Kundenbindung nutzen.....	22
2.2 Vorteile von Hedgefonds, Beteiligungen und Zertifikaten in Krisenzeiten .....	29
3. Vertrauen als Grundlage einer erfolgreichen Kundenbeziehung.....	35
3.1 Mit Menschen umgehen.....	36
3.2 Sich selbst und das Verhalten anderer besser verstehen .....	37
3.3 Optimal vorbereiten .....	40
3.4 Eigene Wirkung verstärken.....	43
4. Motive des Kunden.....	47
4.1 Neugier wecken.....	50
4.2 Neugier wecken für ein Anlagegespräch .....	51
4.3 Kunde will kein Gespräch – Was jetzt? .....	53
5. Voraussetzungen für eine zielführende Argumentation schaffen .....	59
5.1 Einstieg ins Verkaufsgespräch .....	60
5.2 Persönliche Ziele des Kunden.....	65
5.3 Anlageziele des Kunden.....	67
5.4 Erfahrungen und finanzielle Verhältnisse des Kunden .....	72
5.5 Risikoprofil des Kunden .....	73
5.6 Markteinschätzungen des Kunden .....	74
6. Zeit effektiv einsetzen .....	77
6.1 Zielgruppen und deren Bedarfsprofil.....	77
6.2 Bereitschaft und Bedingungen für Zusammenarbeit .....	78
6.3 Zusammenhang zwischen Präsentation und Persönlichkeitsstruktur des Kunden.....	79

7. Hedgefonds, Zertifikate und Beteiligungen verständlich präsentieren.....	81
7.1 Leitgedanken zur Präsentation .....	82
7.2 Umgang mit Vorurteilen des Kunden .....	84
7.3 Bilder, Geschichten und Studien optimal einsetzen .....	88
7.4 Fachbegriffe verständlich erklären .....	94
7.5 Nutzenformulierungen .....	108
7.6 Nutzen von Hedgefonds, Zertifikaten und Beteiligungen .....	111
7.7 Überzeugungswirkung steigern .....	119
7.8 Struktur der Präsentation .....	123
7.9 Umgang mit Einwänden des Kunden .....	133
7.10 Preise erfolgreich verkaufen.....	136
7.11 Risikobelehrung, ohne den Kunden zu verunsichern.....	141
8. Hedgefonds, Zertifikate und Beteiligungen optimal ins Gesamtportfolio des Kunden einfügen.....	143
8.1 Die Rolle von Hedgefonds im Portfolio .....	144
8.2 Die Rolle von Zertifikaten im Gesamtportfolio .....	146
8.3 Die Rolle von Beteiligungen im Gesamtportfolio.....	147
9. Entscheidungen treffen.....	151
9.1 Entscheidungshindernisse des Kunden.....	151
9.2 Kunden zur Entscheidung führen .....	152
10. Das Tüpfelchen auf dem i: Kundenerwartungen übertreffen.....	157
Begeisterungsfaktoren in der Anlageberatung .....	158
11. Fazit.....	161
Anhang: Beispielpräsentationen .....	163
Praxisbericht von Andreas Ullmann Geno. Bankbetriebswirt (MGB) Prokurist apano GmbH .....	183
Praxisbericht von Peter Kunze Diplom Bankbetriebswirt & Bereichsleiter Privatkunden Prokurist der VR-Bank Rhön-Grabfeld eG .....	185
Vielen Dank ... ..	187
Abbildungsverzeichnis.....	189
Der Autor .....	191