

Inhalt

Vorwort: Warum dieses Buch?	11
1 Einführung	15
2 Berater oder Verkäufer?	17
3 Spezialist oder Generalist?	21
3.1 Der Generalist	21
3.2 Der Spezialist	23
4 Versicherungsvertreter, Mehrfachagenten, Struktur- vertriebe, makelnde Finanzdienstleister, echte Makler – Abgrenzung der verschiedenen Vermittlertypen	25
4.1 Der Versicherungsvermittler	25
4.2 Abgrenzung Versicherungsvertreter/ Handelsvertreter / Versicherungsmakler	36
4.3 Honorarberater	40
4.4 Versicherungsberater	46
4.5 Empfehlung	46
5 Zulassungsvoraussetzungen	49
5.1 Sachkundenachweis	50
5.2 Vermittlung von Grundstücken und Darlehens- verträgen	55
5.3 Vermittlung von Versicherungen	56
5.4 Versicherungsberater	57
5.5 Vermittlung von Finanzanlageprodukten	58
6 Anbindungen und Vertragsgestaltungen	61
6.1 Handelsvertreterverträge	61
6.2 Maklerverträge	64
6.3 Die AVAD	66
6.4 Direktanbindungen und Maklerplattformen	68
7 Die Selbständigkeit – Segen und Fluch	71

8 Vom Entschluss zum Start – Hürden und Fallstricke	
im Behördendschungel	77
8.1 Selbständiger, Scheinselbständiger oder arbeitnehmerähnlicher Selbständiger?	77
8.2 Rentenversicherungspflicht	80
8.3 Arbeitslosenversicherung	90
8.4 Gewerbeanmeldung	95
8.5 IHK	95
8.6 Berufsgenossenschaft	97
8.7 Vermögensschadenhaftpflichtversicherung . . .	98
9 Ihr Geschäftsplan	101
9.1 Ihre Einnahmenplanung	101
9.2 Ihre Ausgabenplanung	105
10 Ihre private Finanzplanung	107
10.1 Die eigene Altersvorsorge	107
10.2 Die eigene Krankenversicherung	107
10.3 Das Finanzamt	108
10.4 Der Steuerberater	115
10.5 Der Rechtsanwalt	119
10.6 Das eigene Haushaltsbudget	120
11 Das Büro	123
11.1 Der Standort	123
11.2 Das Objekt	124
11.3 Die Ausstattung	125
11.4 Feng Shui	140
12 Professionalität	143
13 Kleidung	147
14 Marketing	151
14.1 Einheitliches Design	151
14.2 Die eigene Homepage	151
14.3 Video-Marketing	153
14.4 Landing Pages	155

14.5	Printwerbung	156
14.6	Visitenkarten	156
14.7	Kundenseminare	157
14.8	Sponsoring	163
15	Selbstorganisation	167
15.1	Arbeiten mit Outlook	167
15.2	PowerPoint-Präsentationen	171
15.3	Aktenverwaltung	172
15.4	Telefonieren	173
15.5	Provisionscontrolling	177
15.6	Urlaubsplanung	178
16	Schreiben	181
17	Akquise	183
17.1	Der 20-Sekunden-(Selbst-)Verkauf (»Elevator-Pitch«)	183
17.2	Kaltakquise	184
17.3	Vernetzung	187
17.4	Adresskäufe (»Leads«)	191
17.5	Empfehlungen	209
18	Gesetzliche Grundlagen der Beratung	211
18.1	Beratungsgrundlage	211
18.2	Beratungs- und Dokumentationspflichten	212
18.3	Zeitpunkt	213
18.4	Schadensersatzpflicht	213
18.5	Versicherungsberater	214
19	Das Beratungsgespräch	215
19.1	Beziehungen aufbauen – die ersten Kontakte zu Ihren Kunden	215
19.2	Im Büro oder beim Kunden?	216
19.3	Mit PC oder auf Papier?	222
19.4	Die Begrüßung – der erste Eindruck	223
19.5	Die Platzwahl	228
19.6	Getränke	229

19.7 Die ersten 15 Minuten des Beratungsgesprächs	230
19.8 Das weitere Beratungsgespräch – von den Wünschen und Zielen über die Datenerhebung zum Konzept	253
19.9 Der Aufgabenkatalog (»Bestellzettel«)	268
19.10 Das Konzept & seine Umsetzung	269
19.11 Der Abschluss	273
19.12 Das Feedback	274
19.13 Empfehlungen	275
19.14 Der Folgetermin	277
19.15 Die Verabschiedung	278
19.16 Die Nachbereitung	279
20 Online-Beratung	281
21 Die Perfektionierung der Beratung	285
21.1 Wer fragt, der führt	285
21.2 Berater oder Moderater?	286
21.3 Selbstbewusstsein, Angst und Körpersprache	289
21.4 Erst die Tatsachen, dann die Fragen	292
21.5 Anker setzen	294
21.6 Einwandbehandlung	297
21.7 Reden ist Silber, Schweigen ist Gold – das KISS-Prinzip	302
21.8 Konzeption schlägt Kondition	304
21.9 Brutto oder netto?	307
21.10 Den Sack zumachen	311
21.11 Wenn zwei das Gleiche tun ...	313
22 Verkaufstechniken	317
22.1 Ein genialer Verkäufer	317
22.2 AAA(A) – Anders sein als (alle) andere(n)	321
22.3 Erlebnisberatung	322
22.4 Geschichten erzählen (»Storytelling«)	323
22.5 Neurolinguistisches Programmieren (NLP)	324
22.6 Das Struktogramm (Biostrukturanalyse)	327
22.7 Haptische Verkaufshilfen	331

22.8 Die drei wichtigsten Faktoren des erfolgreichen Verkaufs	333
22.9 Praktische Empfehlungen	334
23 Das Pareto-Prinzip	335
24 Service	337
25 Empfehlungen generieren	345
25.1 Echte Empfehlungen	345
25.2 Sogenannte Empfehlungen	346
25.3 Bewertungsportale	349
25.4 Soziale Medien	350
26 Fallstricke in der Beratung	351
26.1 Wenn die Chemie nicht stimmt	351
26.2 Verschicken von Angeboten	351
26.3 Kaufreue und Sorgfalt bei der Antragsbearbeitung	353
27 Haftung	357
27.1 Erstinformation	357
27.2 Fehlerhafte Beratung	361
28 Der Weg zum Erfolg	365
28.1 Ziele	365
28.2 Motivation	367
28.3 Glaubenssätze	369
28.4 Übung macht den Meister	371
28.5 Misserfolge	374
28.6 Selbstbewusstsein, Selbstwertgefühl und Selbstvertrauen	380
28.7 Fokus	382
28.8 Erfolg	384
29 Fortbildung und persönliche Weiterentwicklung	387
29.1 Zweck und Nutzen von Seminaren	387
29.2 Weiterbildungsinitiative »gut beraten«	389
29.3 Mentoren	391
29.4 Persönliche Weiterentwicklung	393

30 Unternehmenswechsel	395
31 Mitarbeiter	399
31.1 Mitarbeitergewinnung	399
31.2 Mitarbeiterführung	401
32 Zusammenfassung: Die sieben Schlüssel zum langfristigen Erfolg	405
32.1 Vision	405
32.2 Souveränität	408
32.3 Selbstdisziplin	411
32.4 Hartnäckigkeit / Beharrlichkeit	411
32.5 Empathie	412
32.6 Freundlichkeit	413
32.7 Service	413
33 Ausblick	415
33.1 Insurance Distribution Directive (IDD)	415
33.2 Honorarberatung	417
33.3 FinTechs	417
Epilog	421
Danksagung	423
Kritik & Anregungen	425
Anhang – Beratungsleitfaden	427
Abkürzungsverzeichnis	435
Literaturverzeichnis	437
Anmerkungen	439
Stichwortverzeichnis	441