

Vorwort zur 2. Auflage

Liebe Leserin! Lieber Leser!

Die von mir begründete und konsequent weiter entwickelte Erfolgs-Methode „Systemisches Verkaufen und lösungsorientierte Beratung“ sowie das Bernd W. Klöckner® Verkaufs-, Kommunikations- und Rechen-Training wurden in den letzten Jahren zu einer im Trainingsbereich einzigartigen Erfolgs-Story. Wenn Sie dieses Buch lesen, werden bereits über 35 000 begeisterte Teilnehmer in nunmehr acht Ländern die zwei bis vier Tage dieses Trainings-Systems live erlebt haben. Immer wieder berichten Teilnehmer meiner Trainings über Umsatzsteigerungen von 50 Prozent, 100 Prozent und mehr. Oder nehmen wir den einen Teilnehmer, der mittels meiner Methodik in einem Beratungsgespräch mit einem Geschäftsführer alle Wettbewerber und Gesprächspartner souverän beherrschte. Das Ergebnis: 14 100 Euro Provision aus einem Geschäft.

Arthur Schopenhauer sagte einmal: Jede Idee wird zuerst belächelt, dann wird sie bekämpft und letztlich akzeptiert. So auch die Geschichte und die Idee zum Verkaufs-, Kommunikations- und Rechen-Training. Seit meinem Studium der Betriebswirtschaftslehre mit Beginn in 1988 hatte ich die Vision zu diesem Training. 1997 ging es dann richtig los. Und es wurde gelächelt! Und wie! Dann folgten einige Gespräche mit dem Gabler-Verlag, Bernhard Rudolf, Chefredakteur des Versicherungsmagazin und des Bankmagazin, ahnte, dass diese Idee eines Verkaufs- und Rechen-Trainings die richtige Idee ist. Das erste Buch wurde geschrieben. „Rechentaining für Finanzdienstleister“. Mittlerweile der Branchen-Bestseller und derzeit erhältlich in der vierten Auflage. Nach und nach wurde mir in meinen Trainings deutlich: Neben dem souveränen Umgang mit Zahlen braucht es die richtige Einstellung. Entweder will man verkaufen oder eben nicht. Daraus entstand als exzellente Ergänzung zu „Rechentaining für Finanzdienstleister“ das Ihnen nun in der zweiten Auflage vorliegende Buch „Verkaufstraining für Finanzdienstleister“. Hier war es Manuela Eckstein, Cheflektorin Sales & Marketing, die Potenzial in diesem Buch sah. Was mich heute, während ich dieses Vorwort zur zweiten Auflage schreibe, freut, ist die hohe Akzeptanz der in diesem Buch niedergeschriebe-

nen Inhalte. Was mich ebenso freut, sind die vielen positiven Zuschriften der Menschen, die dieses Buch wirklich gelesen haben. Viele Botschaften stehen „zwischen den Zeilen“.

Für Sie gilt: Wenn es mir gelingt, dass ich Sie nur mit einem Satz, vielleicht mit einer Seite oder auch nur einem Kapitel aufrüttelte, motiviere und zu Veränderung bewege, ist mein Ziel erreicht. Ein solches Buch zu schreiben, durchaus auch mal zu provozieren oder ungewöhnliche Vorgehensweisen zu empfehlen, bedeutet immer, dass es auch mal Dinge gibt, die Sie ablehnen. Wenn das passieren sollte, gilt: Alles, was ich schreibe, ist gut gemeint! Ist richtig gut gemeint! Ob es gut ankommt, ist eine andere Frage. Und noch eines: Die Süddeutsche Zeitung schrieb in ihrer Wirtschaftsreportage über mich unter der Überschrift „Zum Glück gibt's Klöckner“. Diese Überschrift stand dort, obwohl darüber in kleiner Schrift ein Zitat von mir genannt wurde, nämlich: „Sie müssen den Kunden auf die Herdplatte setzen, auf Neun drehen, nach zwei Minuten muss er brennen!“

Die alles entscheidende Frage lautet also: Warum hieß es trotz dieser und weiterer, durchaus markanter bis deftig wirkender Vertriebsprüche letztlich „Zum Glück gibt's Klöckner“? Ich will es Ihnen sagen: Kein Kunde hat etwas davon, wenn ein Finanzberater immer nur nett ist und niemals die Wahrheit ausspricht. Ihre Kunden haben vielmehr ein Recht auf Abschluss. Und sie haben ein Recht auf Menschen, auf Verkaufsprofis, die sie davon überzeugen, ausreichend fürs Alter und den damit verbundenen längsten Urlaub im Leben vorzusorgen. Mir ist bewusst, dass meine alle ausnahmslos gut gemeinten Methoden auch negativ angewandt werden können. Das jedoch ist bei jeder anderen Ausbildung auch das Risiko des „Ausbilders“. Wenn ein Professor seine Studenten zu Chirurgen ausbilden will, ihnen alle Tricks und Methoden vertritt, wie sie ein guter Chirurg werden, kann er nicht vermeiden, dass einzelne Studenten dieses Wissen falsch anwenden. Daher gilt nochmals: Alles in diesem Buch ist gut gemeint! Denken Sie daran, auch wenn mal harte und provozierende Kapitel folgen!

Berlin, im September 2005

BERND W. KLÖCKNER

www.berndwkloeckner.com
mail@berndwkloeckner.com