

---

## LEITFADEN ZUR FORMULIERUNG EINES LEISTUNGSVERSPRECHENS

---

Vertrauen und Transparenz sind die Grundlage für langfristige Kundenbeziehungen. Beide setzen ein klares Leistungsversprechen voraus, das Sie am besten möglichst früh formulieren sollten.

Mit einem Leistungsversprechen können Sie Ihr Angebot individuell auf Ihre Kunden abstimmen und dadurch den Austausch mit Ihren Kunden vereinfachen.

### 1 Definieren Sie Ihr Leistungsangebot durch eine überzeugende Beratungsphilosophie

Aus Ihrer Beratungsphilosophie sollte klar und verständlich hervorgehen, was Sie für Ihre Kunden tun und welche Vorteile Ihr Service für Ihre Kunden hat. Mit einer sorgfältig formulierten Darstellung Ihrer Leistungen können Sie sich von anderen Beratern abheben und eine nachhaltige Wirkung erzielen.

Bei der Formulierung (oder Überarbeitung) Ihrer Beratungsphilosophie sollten Sie sich folgende Fragen stellen:

- Ist sie kurz und prägnant?
- Ist sie einprägsam?
- Beschreibt sie die einzigartigen Aspekte Ihrer Leistungen?
- Ist sie überzeugend?
- Ist sie aktuell?

### 2 Formulieren Sie Ihr Beratungskonzept so, dass Ihr Kunde Sie versteht

Wie unterstützen Sie Ihre Kunden bei der Umsetzung ihrer Anlageziele? Indem Sie diese Frage beantworten und die einzelnen Schritte Ihres Beratungsprozesses definieren, entwickeln Sie eine Struktur für sich und Ihre Kunden, schaffen Transparenz und bilden Vertrauen.

Damit Ihr Leistungsversprechen wirkt, müssen Ihre Kunden es verstehen. Daher ist dieser Schritt besonders wichtig.

### 3 Stimmen Sie Ihre Leistungen auf die Wünsche Ihrer Kunden ab

Potenzielle Neukunden wollen wissen, wie Sie ihnen bei der Umsetzung ihrer Anlageziele helfen können. Indem Sie Ihre Planungsressourcen und Leistungen erläutern, machen Sie Ihr Leistungsversprechen begreiflich und schaffen gleichzeitig die Grundlage für neue Kundenbeziehungen und Weiterempfehlungen.

Bei der Auflistung Ihrer Leistungen sollten Sie sich an den Wünschen und Zielen Ihrer Kunden orientieren und Ihr Angebot entsprechend anpassen.

### 4 Beschreiben Sie, wie Sie mit Ihren Kunden kommunizieren

Ihr Kommunikationskonzept kann entscheidend für den Erfolg Ihrer Kundenbeziehung sein. Zu diesem Ergebnis kommt eine Umfrage der Spectrem Group.<sup>1</sup> Tatsächlich waren Kommunikationsmängel einer der wichtigsten Gründe für einen Beraterwechsel.

Kunden erwarten von Ihrem Berater pünktliche oder, noch besser, proaktive Kommunikation. Erläutern Sie Ihr Kommunikationskonzept bereits zu Beginn der Geschäftsbeziehung. So schaffen Sie die richtige Erwartungshaltung, die sich im Laufe der Beratungsbeziehung auszahlen kann. Wichtig ist, dass Sie die Vereinbarungen mit Ihrem Kunden auch einhalten.

Beschreiben Sie genau, in welchen Abständen Sie das Portfolio Ihres Kunden überprüfen und wie schnell Sie auf Anrufe in Abwesenheit reagieren.

## 5 Sprechen Sie offen über Ihre Gebühren

Gespräche über Gebühren fallen vielen Beratern schwer. Denken Sie jedoch daran, dass Transparenz eine wichtige Voraussetzung für eine vertrauensvolle Beziehung ist. An einem offenen, ehrlichen Gespräch über Gebühren führt daher kein Weg vorbei.

Um das Gespräch zu erleichtern, sollten Sie Ihre Gebühren klar und verständlich darstellen und um eine detaillierte Erklärung Ihrer Leistungen ergänzen.

Wenn Sie ein schwieriges Gespräch erwarten, können Sie Ihre Gebühren in zwei Phasen erläutern. Zunächst geben Sie nur eine allgemeine Preisspanne an und erarbeiten, welche Leistungen für den Kunden angebracht sind. Mit einer genauen Service-Aufstellung können Sie dann genauer auf die Gebühren eingehen.

Alternativ können Sie Ihrem Kunden die Möglichkeit einräumen, sich entweder vorab mit Ihrer Gebührenstruktur vertraut zu machen oder dies im Anschluss an das Gespräch zu tun. Auf diese Weise können Sie Ihren Kunden aktiv in das Gespräch einbeziehen.

## 6 Stellen Sie sich und Ihr Team vor

Ein persönliches Profil gibt Ihnen die Gelegenheit, sich und Ihre Teammitglieder vorzustellen.

Dabei können Sie nicht nur auf Ihre Berufserfahrung, Ihre Ausbildung und, sofern zutreffend, branchenspezifische Qualifikationen eingehen, sondern auch etwas zu Ihrer eigenen Person und Ihren Mitarbeitern sagen, gegebenenfalls auch über Ihre Familie, Hobbys oder Ihr soziales Engagement.

<sup>1</sup> Spectrem Group, in Partnerschaft mit Vanguard, 2017.  
The millionaire investor: Advisor relationships and changing advice requirements.  
Valley Forge, Pa.: The Vanguard Group.