

Geyer · Kredite aktiv verkaufen

Günther Geyer

# Kredite aktiv verkaufen

Kunden erfolgreich gewinnen  
und betreuen

2., vollständig überarbeitete Auflage

**GABLER**

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

**Geyer, Günther:**

Kredite aktiv verkaufen : Kunden erfolgreich gewinnen und betreuen / Günther Geyer. – 2., vollst. überarb. Aufl. – Wiesbaden : Gabler, 1995

ISBN-13: 978-3-322-82891-0 e-ISBN-13: 978-3-322-82890-3  
DOI: 10.1007/978-3-322-82890-3

1. Auflage 1990

Der Gabler Verlag ist ein Unternehmen der Bertelsmann Fachinformation.

© Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler GmbH, Wiesbaden 1995  
Softcover reprint of the hardcover 2nd edition 1995

Lektorat: Silke Strauß und Iris Mallmann



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Höchste inhaltliche und technische Qualität ist unser Ziel. Bei der Produktion und Verbreitung unserer Bücher wollen wir die Umwelt schonen: Dieses Buch ist auf säurefreiem und chlorarm gebleichtem Papier gedruckt. Die Einschweißfolie besteht aus Polyäthylen und damit aus organischen Grundstoffen, die weder bei der Herstellung noch bei der Verbrennung Schadstoffe freisetzen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, daß solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Satz: Satzstudio RESchulz, Dreieich-Buchsschlag

ISBN-13: 978-3-322-82891-0

## Vorwort zur 2. Auflage

Jetzt liegt die 2. Auflage dieses Buches vor. Es ist noch immer so aktuell wie bei seinem ersten Erscheinen zu Beginn des Jahres 1990: Der systematische und aktive Verkauf von Finanzierungen ist keine Selbstverständlichkeit.

In dieser komplett überarbeiteten Auflage sind zwei wichtige Kapitel neu enthalten:

- Der Preis im Kreditgespräch  
  und
- Das gezielte Nachfassen

Mit beiden Themenbereichen wurde das Buch um sehr verkaufsorientierte Abschnitte erweitert. Der Preis und das Argumentieren rund um den Preis für Finanzierungen spielt eine immer wichtigere Rolle im Kreditgespräch. Zur Sicherung der Beratungsinvestitionen ist der Einsatz kunden- und verkaufsorientierter Nachfaßtechniken unabdingbar.

Das Buch „Kredite aktiv verkaufen“ ist mit der Aktualisierung noch verkäuferischer geworden. Es wird Ihnen bei Ihrer Entwicklung zu mehr Verkaufsorientierung wertvolle Anregungen liefern.

Bensheim, April 1995

GÜNTHER GEYER

## Vorwort

Der aktive Verkauf von Passivleistungen ist für Kreditinstitute seit einiger Zeit selbstverständlich. Aktivleistungen aktiv zu verkaufen, ist für viele Bank- und Sparkassenmitarbeiter noch fremd. Das Wort „Kreditgewährung“, das eine sehr reservierte Haltung zu Finanzierungskunden ausdrückt, ist immer noch allgegenwärtig.

Der Wettbewerb zwingt allerdings auch die Finanzierungsspezialisten von Kreditinstituten zum Umdenken und zu neuen Verhaltensweisen. Nicht nur konkurrierende Banken und Sparkassen brechen in angestammte Kreditmärkte ein. Immer mehr banknahe Anbieter brechen sich Stücke aus dem Finanzierungskuchen. Aktion statt Reaktion ist das dringliche Gebot der Stunde im Finanzierungsmarkt.

Dieses Buch gibt Ihnen einen umfassenden Überblick über Ihre gegenwärtigen und künftigen Chancen, Finanzierungsleistungen aktiv zu verkaufen. Es wendet sich an Finanzierungsspezialisten – Führungskräfte, Berater, Betreuer, Innen- und Außendienstmitarbeiter – sowie an universelle Bank- und Sparkassenmitarbeiter mit Haupt- oder Nebenaufgaben im Kreditgeschäft.

Nach Ausführungen zur Grundeinstellung erhalten Sie detaillierte Hinweise zur Kommunikation mit Kreditkunden; nach der Darstellung des systematischen Kreditgespräches werden die Formen des aktiven Kreditverkaufs ausführlich vorgestellt: die Intensivierung und die Extensivierung.

Ich danke meinen Teilnehmern an Führungs- und Verkaufstrainings, insbesondere den Finanzierungsspezialisten, für ihre Fragen, Hinweise und Anregungen zum aktiven Verkaufen von Krediten. Der Gedankenaustausch und die Diskussionen haben dieses Buch erst ermöglicht.

Lieber Leser, ich bitte Sie um Ihre Meinung. Teilen Sie mir Ihre Erfahrungen mit den Inhalten dieses Buches mit. Schreiben Sie an den Verlag oder an mich persönlich (Adresse: 64625 Bensheim, Narzissenweg 6).

Ich wünsche Ihnen viel Freude und Erfolg beim aktiven Verkaufen von Finanzierungen.

# Inhaltsverzeichnis

1.	Der Kreditverkäufer .....	3
1.1	Der Wandel im Kreditgewerbe: Neun überholte Themen ..	4
1.2	Die Einstellung zum Kreditkunden: Geschäftspartnerschaft	11
2.	Die Kommunikation mit Kreditkunden .....	21
2.1	Die Gesprächsstörer .....	22
2.2	Die Gesprächsförderer .....	24
2.3	Die Gesprächssteuerer .....	31
2.4	Die kundenorientierte Sprache .....	41
2.5	Die nichtsprachliche Kommunikation .....	45
3.	Das systematische Kreditgespräch .....	49
3.1	Vor dem Gespräch .....	49
3.2	Die Gesprächseröffnung .....	51
3.3	Die Bedarfsermittlung .....	53
3.4	Das kundenspezifische Angebot .....	56
3.4.1	Die Erläuterung des Angebots .....	57
3.4.2	Die Demonstration .....	59
3.4.3	Die Einwandbeantwortung .....	63
3.4.4	Der Preis im Kreditgespräch .....	74
3.5	Der Abschluß .....	83
3.5.1	Die Kaufsignale .....	83
3.5.2	Die Abschlußmethoden .....	86
3.5.3	Die Vorwandbeantwortung .....	93
3.5.4	Die Einkommensunterlagen und Sicherheiten .....	96
3.5.5	Der Nein-Verkauf .....	99
3.6	Die Kontaktsicherung .....	102
3.7	Nach dem Gespräch .....	105
4.	Die Formen des aktiven Kreditverkaufs .....	109
4.1	Die Intensivierung .....	109
4.1.1	Der Zusatzverkauf – Cross-Selling .....	110
4.1.2	Das Betreuungstelefonat .....	114
4.1.3	Der Verkauf an ehemalige Kunden .....	119
4.1.4	Der Verkauf an aktuelle Kunden anderer Abteilungen ..	121
4.1.5	Der Verkauf an aktuelle Kreditkunden .....	122
4.1.6	Das gezielte Nachfassen .....	123

4.2	Die Extensivierung: Die klassische Akquisition .....	125
4.2.1	Die Adressenbeschaffung .....	126
4.2.2	Die Kontaktaufnahme .....	130
4.2.3	Das Akquisitionstelefonat .....	134
4.2.4	Das Akquisitionsgespräch .....	146
4.2.5	Die Pflege potentieller Kreditkunden .....	155
	Verzeichnis der Abbildungen .....	160
	Literaturverzeichnis .....	161
	Stichwortverzeichnis .....	163
	Autor .....	167