

## Einwandbehandlung mit Elevator Pitch

- Vorannahmen**
- Einwände sind Hinweise auf das Wertesystem
  - Hinter jedem Einwand steht ein Wert!
  - Druck erzeugt Gegendruck
- Ziele**
- Wertschätzung
  - Vertrauen: „Der versteht mich und weiß, was mir wichtig ist!“
  - Beharrlicher argumentieren und ggf. weiter kommen, ohne den Kunden zu verlieren
  - Als nahbarer Typ in Erinnerung bleiben
- Vorgehensweise**
- Einwand aufnehmen und auf der Werteebene paraphrasieren und für Oxytocin sorgen, so dass weitere Argumentation nicht als aufdringlich, sondern als wertschätzend wahrgenommen wird (Was ist dem, der das sagt, wichtig?)
  - Bestätigung einholen oder korrigieren lassen
  - Hinführung zum Verstärker
  - Aussage zum Bild des eigenen Elevator Pitches
  - Ggf. mit Social Proof (Kundenaussage, Beleg von Dritten)
  - Appell/ Frage
- Beispiel 1 inklusive Struktur**
- Elevator Pitch:**
- „Ich sag Ihnen was, privat handwerke ich unglaublich gerne. Und in meiner Rolle als Berater verstehe ich mich ebenfalls wie ein guter Handwerker. Denn ein guter Handwerker ist zur Stelle, wenn er gebraucht wird und findet selbst bei größeren Unwägbarkeiten eine gute Lösung. Und er reißt vor allem keine Wände ein, da wo nur eine Wartung nötig ist.“* \_\_\_\_\_
- Einwand:** „Für so eine umfassende Beratung habe ich keinen Bedarf – bei mir passt soweit alles ganz gut zusammen.“
- Einwand aufnehmen und auf der Werteebene paraphrasieren und für Oxytocin sorgen, so dass weitere Argumentation nicht als druckvoll, sondern als wertschätzend wahrgenommen wird (hier Wert Sinnhaftigkeit, im weiteren Effizienz, Effektivität):

*„Ich merk´ schon, im Moment sehen Sie keinen Sinn darin, zusammen zu kommen. Insbesondere weil Sie ein rundum gutes Gefühl haben, dass Ihre Vorkehrungen passen.“*

**Hinführung zum Verstärker:**

*„Ich bin ungern aufdringlich und ich sag Ihnen, warum ich hier noch einmal einhake...“*

*oder*

*„Ich sag Ihnen, warum mir ein persönlicher Termin am Herzen liegt...“*

*oder*

*„Erlauben Sie mir noch einen Gedanken ...“*

*oder*

*„Möglicherweise ist ein Zusammenkommen dennoch ganz spannend für Sie. Ich sag Ihnen gerne warum - was mir durch den Kopf geht.“*

**Aussage zum Bild des eigenen Elevator Pitches:**

*„Privat handwerke ich unglaublich gerne. Und in meiner Rolle als Berater verstehe ich mich ebenfalls wie ein guter Handwerker. Und ein guter Handwerker verschafft sich auf alle Fälle erst einmal ein Bild, damit er weiß - wenn es darauf ankommt - wie und wo genau er unterstützen kann. Da sich, um mal im Bild zu bleiben, so ein Haus und dessen Bewohner über die Jahre hinweg ja auch manches Mal ändern, tut so ein gemeinsamer aktueller Blick auf das Gesamtgefüge oft gut. Schaden tut es zumindest nicht und wir lernen uns dann auch gleichzeitig kennen.“*

*oder*

*„Privat handwerke ich unglaublich gerne. Und in meiner Rolle als Berater verstehe ich mich ebenfalls wie ein guter Handwerker. Ein guter Handwerker reißt nicht gleich Wände ein, wenn vielleicht nur eine Wartung nötig ist. Aber er verschafft sich auf alle Fälle erst einmal ein Bild, damit er weiß - wenn es darauf ankommt - wie und wo genau er unterstützen kann.“*

**Ggf. mit Social Proof (Kundenaussage, Beleg von Dritten):**

*„Meine Kunden schätzen diesen Service sehr und gönnen sich so eine Wartung regelmäßig.“*

**Appell/ Frage:**

*„Was meinen Sie? Möchten Sie es sich nicht auch kurz gönnen? Dann lernen wir uns auch gleichzeitig kennen. Wir bräuchten füreinander 45 Minuten!“*

## Beispiel 2

### Einwand:

**„Ich hab alles, brauche nichts, Sie wollen doch nur was verkaufen!“  
(gleicher Elevator-Pitch wie im Beispiel 1)**

*„Lach. Ich merke schon, Ihnen ist die 100%ig freie Entscheidung wichtig. Das verstehe ich gut. Und natürlich verkaufe ich Ihnen gerne etwas, aber ja nur dann, wenn es wirklich, wirklich passt. Wissen Sie, privat handwerkele ich unglaublich gerne. Und in meiner Rolle als Berater verstehe ich mich ebenfalls wie ein guter Handwerker. Der reißt nämlich auch nicht gleich Wände ein, wenn nur eine Wartung nötig ist. Aber er ist zur Stelle, wenn er gebraucht wird. Und zu allererst verschafft er sich ein Bild. Und ich vermute mal, dass Ihnen der „Nasenfaktor“ bei der Wahl Ihrer Handwerker auch nicht unwichtig ist, oder? Also, lernen wir uns kennen?“*

## Beispiel 3

### Einwand:

**„Ach, bisher war mein Eindruck, dass Ihre Angebote preislich weit hinter allen anderen Anbietern lagen.“  
(gleicher Elevator-Pitch wie im Beispiel 1)**

*„Ihnen ist ein gutes Preis-Leistungsverhältnis wichtig, das höre ich raus. Und es stimmt, wir sind nicht die Billigsten. Das ist richtig.*

*Ich sage Ihnen was, privat handwerkele ich unglaublich gerne. Und in meiner Rolle als Berater verstehe ich mich ebenfalls wie ein guter Handwerker. Der liefert eine gute Qualität und ist zuverlässig da, wenn er gebraucht wird. Und er reißt auch keine Wände ein, da wo nur eine Wartung nötig ist.*

*Angenommen, Sie erkennen in mir einen solchen zuverlässigen Handwerker, der auch bei Unwägbarkeiten nicht das Handwerkszeug hinschmeißt, der Ihnen also eine gute Leistung und Qualität liefert, ist es dann sinnvoll, stattdessen etwas Billigeres zu wählen?*

*Was meinen Sie, lassen wir es auf einen Versuch ankommen und lernen uns kennen? Sie haben nichts zu verlieren, außer vielleicht ein Tässchen Kaffee, über das sich jeder Handwerker freut.“*

## Beispiel 4

### Beispiel anhand eines anderen Elevator-Pitchs:

*„Das Leben sorgt immer wieder für Überraschungen, die manchmal auch unangenehm sind und verunsichern können. Da ist es schön, Menschen um sich zu haben, auf die man sich verlassen kann. Dieses Verständnis, füreinander da zu sein, gilt für mich in meiner Rolle als Beraterin genauso wie im Privaten – ich bin einfach gerne für meine Kunden da und biete ihnen Schutz, damit sie in ihrem Leben auf der Seite der Absicherungen nur positive Überraschungen erleben.“*

**Einwand: „Sie sind viel zu teuer.“**

*„Sie sprechen die Dinge ja direkt an. Find ich gut. Ihnen ist auf alle Fälle ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis wichtig. Das höre ich raus.“*

*„Ja, genau.“*

*„Wahrscheinlich fragen Sie sich mit der letzten Preiserhöhung auch >>Rechnet sich der Preis überhaupt noch, zu der Leistung, die ich erhalte?<<*

*„Ich bin deswegen ganz froh, dass ich mich bei Ihnen gemeldet habe und ich sage Ihnen, warum ich es deswegen für besonders hilfreich halte, dass wir da mal zusammenkommen.“*

*„Erst einmal ist mir aufgefallen, dass Ihr Tarif schon sehr lange nicht mehr überprüft wurde – ggf. können wir da mal gemeinsam drauf schauen und etwas optimieren. Und ich kann Ihnen bereits jetzt sagen, dass wir aufgrund der vielen Veränderungen im Markt einiges an Leistungen für unsere Kunden verbessert haben. Das würde ich Ihnen zumindest gerne einmal aufzeigen.“*

*„Wie sieht es aus, gönnen Sie sich so ein Service-Gespräch, bei dem wir uns dann zugleich auch persönlich kennenlernen? Wir sollten dafür 45 Minuten einplanen.“*

**Beispiel 5**

**Einwand: „Ich habe keine Zeit.“  
(gleicher Elevator-Pitch wie im Beispiel 4)**

*„Ohje-ohje, dann möchte ich Ihnen nicht noch zusätzlich Ihre Zeit rauben und mache es ganz kurz. Ich bin Ihre Beraterin und wünsche mir, dass wir uns kurz kennenlernen, damit ich Ihnen zum einen eine nutzvolle Beraterin sein kann und Sie nicht mit Themen behellige, zu denen Sie gar keine Informationen brauchen und zum anderen können wir dann auch das eine oder andere Mal telefonisch Dinge klären – beides hilft Ihnen zukünftig, Zeit zu sparen!*

*Und mir hilft es, Ihnen zukünftig individuelle Informationen zukommen zu lassen, die für Sie wichtig sein könnten– ich bin nämlich sehr gerne für meine Kunden da. Wir bräuchten für so ein Gespräch 45 Minuten. Machen wir den Termin gleich aus oder soll ich mich zur Terminvereinbarung noch einmal melden, wenn es Ihnen besser passt? Wann passt es?“*