

**Titel: Das erste Meeting zählt (Audio)**  
**SKU: 42012**  
**Version: 30. März 2023**

David Richman: Das Syndrom der schwammigen Pipelines ist eine verheerende Krankheit in unserer Branche. Was ist eine „schwammige Pipeline“? Es handelt sich um eine Liste potenzieller Kunden, mit denen Sie sich getroffen haben und von denen Sie dachten, dass die ersten Treffen wirklich gut gelaufen sind - allerdings reagieren diese Kontakte irgendwie nicht mehr auf Ihre Anrufe. Die Grundlagen einer schwammigen Pipeline werden bereits im allerersten Meeting geschaffen. Stellen Sie sich vor, Sie würden Ihr erstes Meeting jedes Mal auf die gleiche Art und Weise durchführen. Was könnte geschehen?

Erstens würden Sie richtig gut darin werden, erste Meetings zu führen, und zweitens würden Sie lernen, Ihre gesamte Energie auf das Zuhören der gesprochenen und unausgesprochenen Worte zu konzentrieren, anstatt auf Ihre nächste Handlung. So vermeiden Sie das Syndrom der schwammigen Pipeline. Unabhängig davon, ob ein erstes Meeting virtuell oder persönlich stattfindet: Es gelten stets die gleichen Grundsätze für die Durchführung zielgerichteter, koordinierter und überzeugender erster Meetings. Wir betrachten diese Grundsätze als einen fünfstufigen Prozess.

**Erstens: Small Talk.** Small Talk sollte ein Gespräch anstoßen, ohne zum Gespräch selbst zu werden. Wie lange sollte man Small Talk andauern lassen? Fünf Minuten reichen unseres Erachtens aus.

**Als Nächstes gehen wir zur Zielsetzung über,** oder anders gesagt: Warum sind wir hier? Dies sollte lediglich ein oder zwei Minuten in Anspruch nehmen. In dieser Zeit müssen Sie und der potenzielle Kunde vereinbaren, was in der nächsten Stunde erreicht werden soll. So könnte das klingen: „Der Zweck unseres heutigen Meetings ist es, herauszufinden, ob wir gut zueinander passen könnten. Sie werden wahrscheinlich einschätzen wollen, ob die Dinge, nach denen Sie in einer Beratungsbeziehung suchen, mit unserem Ansatz übereinstimmen, und wir werden im Gegenzug prüfen, ob Sie wiederum gut zu uns passen würden. Lassen Sie uns am Ende dieser gemeinsamen Stunde entscheiden, ob es für uns sinnvoll ist, einen nächsten Schritt zu gehen oder nicht. Ergibt das für Sie Sinn?“ Die Festlegung des Ziels auf diese Weise hat zwei wichtige Auswirkungen. Zunächst einmal müssen beide Seiten zueinander passen. Dies ist ein zweiseitiges Interview. Zweitens haben

Sie vereinbart, dass das Meeting mit einer Entscheidung enden soll.

**Schritt drei ist das Kundeninterview**, das Herzstück Ihres ersten Treffens, welches etwa 40 Minuten dauern sollte. Am Ende des Kundeninterviews sollten Sie eine historische Perspektive entwickelt haben und wissen, wie sich das Leben und das Geld des Interessenten oder Kunden in Bezug auf seine Vergangenheit, seine Gegenwart und seine Zukunft überschneiden.

Was kommt als Nächstes? **Der vierte Schritt kommt als Nächstes. Wir nennen diesen Schritt „Warum wir“**. Wir empfehlen Ihnen, nach dem Kundeninterview ein „Warum wir“ oder „Warum ich“ zu präsentieren, da Sie damit zum Ausdruck bringen können, was Sie oder Ihr Team besonders macht, warum Menschen mit Ihnen Geschäfte machen sollten und was Sie für ihre Familie tun können. Sie malen ihnen ein Bild davon, wie es wäre, Ihr Kunde zu sein. Nachdem Sie im Kundeninterview mehr darüber erfahren haben, was dem Kunden am wichtigsten ist, können Sie nun Ihren Wert im Kontext all dessen zum Leben erwecken. Sie können in diesem Schritt Ihre Ideologie bzw. Ihre Leitprinzipien für Investitionen und Finanzplanung vermitteln. Halten Sie es simpel. Der „Warum wir“-Schritt des Meetings sollte nicht länger als fünf Minuten dauern.

Jetzt sind wir bei unserem letzten Schritt angelangt. **Passen wir zusammen?** Angenommen Sie möchten Ihren Kontakt nun von einem potenziellen Kunden in einen echten Kunden umwandeln, dann ist jetzt der richtige Zeitpunkt, um zu sagen: „Ich glaube, dass wir wunderbar zusammenpassen könnten. Wir würden uns freuen, für Sie und Ihre Familie unsere Ärmel hochzukrempeln und arbeiten zu dürfen. Wie fühlen Sie sich beim Gedanken daran, den nächsten Schritt zu gehen?“ „Wir empfehlen bewusst die Formulierung „Wie fühlen Sie sich beim Gedanken daran, den nächsten Schritt zu gehen?“ Menschen zu fragen, wie sie sich fühlen, ist etwas ganz anderes als zu fragen: „Und, was denken Sie?“ Wenn die Person unentschlossen klingt, versuchen Sie mit ein paar offenen Fragen herauszufinden, was sie zurückhalten könnte. Das ist der perfekte Zeitpunkt, um auf grundlegende Einwände oder Vorbehalte potenzieller Kunden einzugehen.

Reflektieren Sie über diesen fünfstufigen Prozess:

**Schritt 1: Small Talk**

**Schritt 2: Zielsetzung**

**Schritt 3: Das Kundeninterview**

**Schritt 4: Warum wir**

### **Schritt 5: Wollen wir den nächsten Schritt gehen? Go or no go?**

Wenn Sie eine schwammige Pipeline haben, sollten Sie sich überlegen, wie Sie mit diesem fünfstufigem Prozess Ihre ersten Meetings zielgerichteter, koordinierter und überzeugender gestalten können.

- Ende der Aufnahme -