

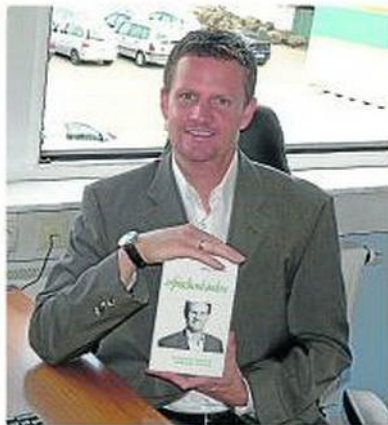
# Erfrischend anders verkaufen

**Vertriebsprofi** Wie der Koblenzer Mario W. Arend Kollegen unterstützen will

■ **Koblenz.** Versicherungsmakler und Finanzdienstleister können auf Dauer nur erfolgreich sein, wenn sie authentisch sind. Sie dürfen sich nicht verstellen und sollten ihre Kunden nach Maß beraten. Diese Regeln zu beherrschen, ist leichter gesagt als getan. Manchmal brauchen eben auch Vertriebsprofis Beratung.

Der Koblenzer Versicherungsexperte Mario W. Arend will seinen Kollegen weiterhelfen. In seinem neuen Buch „Erfrischend anders“ entwickelt der Fachwirt für Finanzberatung (IHK) Grundlagen für einen erfolgreichen Vertrieb. Hinter dem selbstbewussten Titel des 104-seitigen Werks verbirgt sich eine zentrale Botschaft. „Individuelle Beratung ist vergleichbar mit einem Maßanzug, der nach Wünschen Bedarf und den Maßen des Kunden speziell für ihn angefertigt wird“, betont der 37-Jährige, der sich auf Betriebsversicherungen spezialisiert hat.

Immer wieder betont Mario W. Arend, dass die Zeiten der Verkäufertypen, die vor allem die eigene Provision im Blick haben, endgültig vorbei sind. Denn: Die Kunden haben heute bereits die



**Mario W. Arend gibt sein Wissen per Buch weiter.** Foto: R. Kallenbach

gängigsten Policen. Sie wollen ihre Verträge entweder optimieren oder Sparpotenziale erschließen. Und da wird vom Berater vor allem Fachwissen gefordert. Und Ehrlichkeit. „Es handelt sich dabei nicht um Lippenbekenntnisse, sondern um den Erfahrungsschatz aus 15 Jahren erfolgreichem Vertrieb“, betont der Autor, dessen Buch übrigens eine interessante Entstehungsgeschichte hat. Schon von Anfang an hat Mario W. Arend seine Gespräche und Erfahrungen

protokolliert, um „vielleicht etwas draus zu machen“. Vor gut einem Jahr nahm er sich die Zeit, um ein kompaktes Werk in die richtige Form zu bringen. Darin geht es übrigens nicht nur um den Fehler, Kunden zu viel verkaufen zu wollen, sondern genau auch um das Gegenteil. Denn wer Kunden unzureichend versichert, dient ihnen ebenso wenig.

Freimütig gibt Mario W. Arend zu, dass er am Anfang seiner Tätigkeit Probleme hatte, das richtige Maß auszuloten. Mit zunehmender Erfahrung gab sich das. Mit seinem Buch will er auch den jungen Kollegen helfen, auf Augenhöhe zu verkaufen und Konflikte zu lösen. Ein Kernthema sind auch die Optimierung des eigenen Marketings, die Schaffung eines angenehmen Verkaufsklimas und die Pflege von Netzwerken. Wie das geht, hat er selbst vorgemacht. Er wirbt für sein Buch nicht nur auf klassischen Kanälen, sondern auch in den sozialen Netzwerken im Internet. ka

**+** Erfrischend anders ist bei Books on Demand erschienen und kann über den Buchhandel bestellt werden. Preis: 8,90 Euro.