

Daran scheitern Anfänger in der Honorarberatung!



Die große Mehrheit der Marktteilnehmer ist nach wie vor der Meinung, daß die Berechnung eines Honorars im Produktverkauf das wesentliche Element der Honorarberatung ist. Falsch! Sie benötigen ein ausgefeiltes, durchdachtes Konzept, einen Dienstleistungskatalog, ein Preisverzeichnis und natürlich einen Businessplan speziell für Honorarberater.

Die meisten Newcomer scheitern, weil sie es sich viel zu einfach machen. Sie sind konzeptlos, ohne Ziele und Absichten in der Umsetzung. Diese Berater wundern sich dann, warum sie keinen nachhaltigen Erfolg in der Honorarberatung haben. Erfolgreich wird nur derjenige sein, der mit Konzentration auf sein Ziel und wohlüberlegt ein selbst erarbeitetes fundiertes Geschäftskonzept entwickelt.

Man sollte sich durchaus einige Monate Zeit lassen, um sich eingehend auf das neue Geschäftskonzept vorzubereiten. Dieses beinhaltet viele neue Punkte, wie z. B. Namensgebung, Rechtsform, Logoentwicklung, Corporate Identity, Einweisung der Mitarbeiter in das neue System und vieles, vieles mehr. Bedenken Sie, dass die Einführung der Honorarberatung zu einer kompletten Umstrukturierung Ihres bisherigen Unternehmens führt! Sie bekommen Ihre Einnahmen nicht mehr von den Produktge-

bern! Sie müssen vielmehr dem Kunden ausschließlich Ihr eigenes Know-How anbieten und natürlich direkt an diesen verkaufen. ...und genau in diesem Punkt scheitern viele neue Honorarberater.

Beim Umstieg vom provisionsbezahlten Finanzberater in die Honorarberatung und besonders als ehemaliger Bankmitarbeiter, der eine Neugründung vornimmt, sollten Sie sich vor Augen halten, was wäre, wenn Sie nicht erfolgreich sind. Vergewissern Sie sich, ob Sie wieder in Ihren derzeitigen Beruf einsteigen könnten. Das gibt Ihnen die Ruhe und die Sicherheit mit der Honorarberatung zu beginnen.

Aber, glauben Sie mir eines: Wer einmal diese Luft gerochen hat, wird, wenn nur irgend möglich, nicht mehr in die alten Abhängigkeiten zurück wollen.

Um erfolgreich in der Honorarberatung zu sein, sollte Ihnen klar sein, warum sie Honorarberatung in ihrem Unternehmen

einführen möchten und welchen Nutzen Ihnen die Honorarberatung bringen soll. Diese Überlegungen sind entscheidend für alle Ihre weiteren Maßnahmen.

Bitte führen Sie nicht die Honorarberatung in Ihrem Unternehmen ein, weil es „in“ ist. SIE sollten davon überzeugt sein. Nur so können Sie auch Ihre Kunden überzeugen.

■ Was bietet ich an?

Konzentrieren Sie sich umfassend auf das neue Geschäftsfeld. Welche Dienstleistungen wollen Sie in welchem Umfang anbieten? Möchten Sie zum Beispiel Ihrem Kunden ein komplettes Dienstleistungspaket für ein Jahr zur Verfügung stellen?

1. Dieses Dienstleistungspaket kann eine detailliert definierte Dienstleistung, die Sie im Laufe eines Jahres zur Verfügung stellen, beinhalten. Dazu zählt eine bestimmte Anzahl von Stunden p. a. Jede Stunde, die zusätzlich in Anspruch genommen wird, wird separat an Sie vergütet. Den Stundensatz berechnen Sie vorher über einen Stundensatzrechner. Diesen bietet Ihnen das Wissensforum Honorarberatung (www.wissensforum-honorarberatung.de). So kommen Sie, je nach Paketumfang, zu Ihrer genau im voraus kalkulierten Monatspauschale.
2. Erwägen Sie alternativ dazu, ob Sie eine monatliche Flatfee beim Kunden verlangen, oder je Projekt mit einem Stundensatz abrechnen möchten. Die monatliche Flatfee ist Ihre Grundlage für feste monatliche Einnahmen. Das gibt Ihnen Sicherheit und Sie müssen sich nicht permanent um Neukunden bemühen. Sie betreuen also nur einen festen Kundenstamm. Das schenkt Zeit für eine möglichst umfassende Präsenz bei allen Anlässen Ihrer Kunden. Aus dieser Betreuungsqualität erwachsen zwangsläufig Empfehlungen.

Für den Kunden sind Dienstleistungen mit festen Preisen eine transparente und kalkulierbare Ausgabe. Legen Sie Ihren Dienstleistungskatalog und Ihr Preisverzeichnis deshalb übersichtlich dar.

Das Preisverzeichnis ist für Sie ebenfalls wichtig, um dem Kunden schnell und sicher einen Preis nennen zu können. Vom Kunden mit der Frage nach dem Preis Ihrer Dienstleistung überrascht zu werden, das ist unangenehm. Viele Möchtegern-Honorarberater verkaufen sich übrigens weit unter Wert oder haben Angst, dem Kunden den Preis einer Dienstleistung klar zu benennen.

■ Konsequenz sein!

Überlassen Sie dem Kunden, der bereits zu Ihrem Kundenstamm zählt, nie die Entscheidung, ob er ein Honorar bezahlen „möchte“! Seien Sie sich gewiss: er wird sich aus reiner Gewohnheit fast immer für die herkömmliche Methode entscheiden. Neue Situationen und Umstellungen rufen beim Kunden Unsicherheit hervor. Gehen Sie sachlich in das Gespräch und erklären Sie es Ihrem Kunden als ganz selbstverständlich, dass Sie Ihr Geschäftskonzept grundlegend geändert haben.

Wer seine eigene Entscheidung vollinhaltlich vorbereitet und umgesetzt hat, der hat auch keinerlei Probleme, dem Kunden glaubwürdig sein neues Geschäftskonzept darzulegen. Ein Konzept, welches ja ausschließlich im Kundeninteresse ist! Sagen Sie Ihrem Kunden, dass es für Sie jetzt endlich eine Möglichkeit gibt, ihn auch ohne Produktverkauf fair, transparent und renditetechnisch erheblich besser beraten zu können.

Welcher Kunde hat sich nicht schon im Nachhinein gefragt, was hat denn nun eigentlich mein Versicherungsmakler bzw. Finanzdienstleister für seine Leistung bekommen? Was hat der eigentlich an mir verdient? Mit diesem stets leichten Unbehagen ist nun Schluß.

Hier trifft die Prinzipal-Agent-Theorie zu, die besagt, das ein Wirtschaftssubjekt durch asymmetrische Informationsverteilung fast immer in seiner Entscheidungsfindung eingeschränkt ist. Warum? Nun, von zwei Vertragsparteien verfügt bei Vertragsabschluss meist eine über mehr Informationen als die andere. Die Honorarberatung setzt diesem systemimmanenten Mißtrauen ein Ende.

Sie haben jetzt die Möglichkeit, ein echtes Vertrauensverhältnis zum Kunden aufzubauen. Die Fluktuation Ihrer Kunde wird nahezu bei Null liegen. Das gute Lebensgefühl, den Kunden endlich so beraten zu können, wie sie es schon immer wollten, wird stetig steigen.

■ Marketing & Businessplan: Ihre berufliche Zukunft!

Wenn Sie nun wissen, welche Dienstleistung sie beim Kunden anbieten können und möchten, dann ist an der Zeit, die Zielgruppe zu bestimmen. Wie kann ich aber diese Zielgruppe erreichen?

Scheuen Sie sich nicht, einen Experten zu Rate zu ziehen. Vielleicht entwickeln Sie sogar selbst ein Marketingkonzept – aber ohne die kritische Begutachtung durch einen Fachmann ist es nur die Hälfte, vielleicht auch gar nichts wert. Wenn Sie nicht in Ihre Zukunft investieren, warum soll dann der Kunde in Sie investieren?

„Viele Möchtegern-Honorarberater verkaufen sich übrigens weit unter Wert oder haben Angst, dem Kunden den Preis ihrer Dienstleistung klar zu benennen.“

Wenn Sie alle Hausaufgaben erledigt haben, starten Sie mit der Ausarbeitung des Businessplans. Sie legen detailliert fest, welche Einnahmen Sie in den nächsten Jahren (Plangröße 5 Jahre) generieren wollen. Nehmen Sie die Erstellung des Businessplanes absolut ernst. Definieren Sie den Weg zum Ziel bis ins Detail. Stellen Sie Ihren Kopf komplett auf das Thema Honorarberatung um. Machen Sie keine halben Sachen! Sie bauen auch nicht ein Haus an einem Tag.

Wenn Sie die Teilziele Ihres Businessplans ab und an überprüfen, werden Sie überrascht sein, wieviele Ihrer Ziele Sie bereits erreicht haben.

Es gibt zudem noch etwas, das ich Ihnen ans Herz legen möchte: geben Sie immer das Beste für Ihren Kunden. Er wird SIE dann immer wieder gerne weiterempfehlen – ein Produkt wird nicht weiterempfohlen.



■ Autor
Alexandra Härtl, Betriebswirtin (VWA)

■ Kontakt
Institut für Honorarberatung GmbH & Co. KG
Telefon 09621-78825-27
kontakt@forum-honorarberatung.de
www.institut-honorarberatung.de