**Expose**

**Ausgangssituation:**

„Der eine wartet, dass die Zeit sich wandelt, der andere packt sie an und handelt!"

Dante Alighieri

Dieses Erfolgszitat gewinnt in der heutigen Zeit zunehmend an Bedeutung, wenn man die aktuellen Herausforderungen der Versicherungswirtschaft wie vom Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V. präsentiert betrachtet. Hierbei wird man auf die stetigen Veränderungsprozesse in den Bereichen Technologie, Gesetzgebung, Kapitalmarkentwicklung, Globalisierung, Regulierungsrahmen, Markt –Kunden-Mitarbeiter und dem Demographischen Wandel hingewiesen. Betrachtet man den Schwerpunkt in Richtung Demographischen Wandel lassen sich daraus zum einen das Langlebigkeitsrisiko und zum einen die veränderten Kundenbedürfnisse ableiten.

Ziel von Unternehmen ist es weiterhin gute Umsätze zu erwirtschaften und Gewinne zu erzielen. Dies kann im Zeitalter des Wandels nur gewährleistet werden, wenn ein Umdenken bei den Verkäufern stattfindet. Unternehmen benötigen dafür mehr als nur den Durchschnittsverkäufer.

**Problemstellung/Forschungsfrage:**

Welche Eigenschaften und Kompetenzen brauchen Topverkäufer um den veränderten Kundenbedürfnissen gerecht zu werden? Wenn man ein Vertriebsmensch, ein Verkäufer ist, bringt man bereits gewisse Grundeigenschaften mit. Diese reichen aber bei weitem nicht aus. Die Kundenbedürfnisse und Wünsche sind sehr individuell und verlangen deshalb immer ein großes Portfolio an Können und Wissen!

**Ziel/Hypothese:**

Der Schwerpunkt meiner Arbeit liegt darin, durch heranziehen von unterschiedlichen Literaturquellen herauszufinden, was einen Topverkäufer ausmacht und was genau er anders macht um im Wandel der Zeit erfolgreich zu sein.

**Methode:**

Wichtig ist es mir dabei, dass ich meine theoretische Analyse aus der Literatur anhand von praktischem untermauern kann. Dazu werde ich Verkaufsprofis mit langjährigen Erfahrungen aus der Versicherungsbranche interviewen.

**Vorläufige Gliederung:**

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis

Tabellenverzeichnis

Abkürzungs- und Symbolverzeichnis

1 Einleitung

1.1 Ausgangssituation und Problemstellung

1.2 Zielsetzung und Vorgehensweise

2 Grundvoraussetzungen eines Verkäufers

2.1

2.2

3 Eigenschaften von Topverkäufern

3.1

3.2

4 Kompetenzen von Topverkäufern

4.1

4.2

5 Demographischer Wandel – veränderte Kundenbedürfnisse

5.1

5.2

6 Einblicke in die Praxis von Verkaufsprofis

6.1 Interview (4 -5 Experten)

6.2 Analyse Theorie vs. Praxis und Auswertung

7 Unterstützende Maßnahmen

7.1 Coachen von Verkäufern

7.2 Schulungsmaßnahmen

8 Schlusswort

Literaturverzeichnis

Anhang

**Literatur:**

<http://www.gdv.de/wp-content/uploads/2007/01/MEA-Heilmann.pdf>

Mohr, Peter: 30 Minuten für erfolgreiches Verkaufen, 3. Auflage, Offenbach, GABAL Verlag GmbH, 2005.

Ludwig, Robert: Personalauswahl und –entwicklung im Versicherungsvertrieb, hrsg. von Engelking, Manfred; Stehle, Willi: Karlsruhe, Verlag Versicherungswirtschaft e.V., 1987

Langdon, Ken: Verkaufen, übersetzt von Bertheau, Nikolas, Offenbach, GABAL Verlag GmbH, 2006.

Köhler, Hans-Uwe L.: Verkaufen ist wie Liebe – Nutzen Sie Ihre Emotionale Intelligenz, 14. Auflage, Berlin/Regensburg, Metropolitan Verlag, Berlin in Walhalla Fachverlag, Walhalla und Praetoria Verlag GmbH & Co. KG, 2008

Literaturempfehlung Frau Prof. Weyer:

Heyse/Erpenbeck