

1 Überprüfen Sie regelmäßig Ihr Geschäftsmodell und werden Sie sich über Ihre Ziele klar.

Während Sie mit Ihren Kunden täglich über deren Wünsche und Lebensplanung sprechen, werden die eigenen Visionen im Alltag oft vergessen. Verlieren Sie Ihre Ziele nicht aus den Augen und kontrollieren Sie regelmäßig, wie weit sie noch davon entfernt sind.

2 Konzentrieren Sie sich auf Ihre Stärken.

Nischenplayer oder Alleskönner? Setzen Sie Ihr Know-how richtig und vor allem gewinnbringend für Ihr Unternehmen ein. Niemand kann alles können. Aber man erwartet von Ihnen Top- Fachkenntnisse in Ihrem Spezialgebiet, damit Sie eine auf Kundenwünsche abgestimmte Anlage-, Vorsorge- und Schutzberatung bieten können.

3 Positionieren Sie sich eindeutig.

Die Kombination „top quality - low budget“ funktioniert selten. Entweder Masse oder Klasse. Mit den dazugehörigen Mitarbeitern und den passenden Servicebausteinen. Schaffen Sie sich Alleinstellungsmerkmale.

4 Spezialisieren Sie sich auf ein bestimmtes Kundensegment.

Schießen Sie nicht mit Kanonen auf Spatzen, konzentrieren Sie sich auf spezielle Kundensegmente. Kategorisieren Sie Ihre Kunden und widmen Sie Ihren Top-Kunden die meiste Zeit und den besten Service. Das zahlt sich mit Nachinvestitionen und Weiterempfehlungen aus.

5 Tragen Sie Ihre Leistungen zur Schau.

Anleger kaufen nicht mehr die Katze im Sack. Sie vergleichen die Leistungen und wägen Service und Kosten ab. Machen Sie Ihre Ergebnisse transparent. Verstecken Sie sich nicht, wenn Sie gute Leistungen vorzuweisen haben!

6 Geben Sie Ihrem Unternehmen ein Profil.

Ihr Unternehmen braucht eine persönliche Note: Sie selbst. Ein Interessent wird Sie viel eher kontaktieren, wenn er ein anonymes Unternehmen mit einem sympathischen, kompetenten Gesicht verbinden kann. Den Interessenten zum Kunden zu machen, ist in der Folge wesentlich leichter.

7 Verstehen Sie persönliche Kundenbeziehungen als A und O.

Der moderne Anleger möchte keine Produkte, sondern bedarfsgerechte Lösungen für seine Geldanlage. Viele Produkte sind austauschbar, aber Sie selbst als kundenorientierter Berater nicht. Seien Sie kein „Schönwetterkapitän“ und lassen Sie Ihre Kunden gerade in schwierigen Börsenphasen nicht im Stich, denn dann benötigt man Sie am Dringsten.

8 Steigern Sie Ihre Erträge: Weg vom reinen Abschlussgeschäft.

Wer heutzutage nur vom reinen Abschlussgeschäft leben möchte, wird sich mit seinem langfristigen Unternehmenserfolg schwer tun. Deshalb: Steigern Sie Ihre laufenden Einnahmen durch Sparpläne, Bestandsvergütungen, Honorarberatungen und Managementgebühren aus eigenen Produkten wie Dachfonds oder Vermögensverwaltungen. Vor allem Honorarberatungen steigern Ihren Unternehmenswert.

9 Sichern Sie sich Ihre Handlungsspielräume.

Schlanke Kostenstrukturen sichern Ihnen in Krisenzeiten Ihr Überleben. Durch „Outsourcing“ können Sie Ihre fixen Kosten in variable wandeln. Das erhöht die Flexibilität und Ihre Profitabilität. Zudem können Sie sich damit Spezialisten einkaufen und Ihr Haftungsrisiko senken.

10 Machen Sie Ihr Unternehmen fit für die Nachfolge.

Bereiten Sie Ihre Unternehmensnachfolge rechtzeitig vor. Denn es steht viel für Sie auf dem Spiel. Das fängt bei professionellen Business-Plänen an und geht zur sorgfältigen Wahl des richtigen Nachfolger oder Käufer. Und am Ende des Tages kommt wahrscheinlich noch das Integrationsmanagement auf Sie zu.