

Zusatzinfo zum Swiss Life PodCast

Haptische Verkaufshilfen...

Kaufen muss auch ein Erlebnis sein.

Der Begriff „Podcast“ setzt sich aus den beiden Wörtern iPod und Broadcasting (engl. für Rundfunk) zusammen.

Sie können den Swiss Life PodCast unter www.swisslife-weboffice.de online ansehen, kostenlos downloaden oder auf Ihren mp3-Player überspielen. Gerne können Sie den PodCast auch abonnieren und erhalten dann jede neue Episode automatisch.

Sehen und hören Sie die Vertriebstipps von Swiss Life wann Sie wollen, wie oft Sie wollen und wo Sie wollen - im Büro am Computer, im Auto als „Hörbuch“ auf dem Weg zum Kunden, in der Warteschlange, im Zug, beim Joggen, zuhause auf der Couch, weltweit.

Die Weitergabe der Swiss Life PodCasts ist ausdrücklich erwünscht.

Schon Goethe sagte:

*Sage es mir, und ich werde es vergessen,
zeige es mir, und ich werde es vielleicht behalten,
lass es mich tun und ich werde es können.*

Erfolgreiches Verkaufen heißt, dem Kunden begreiflich machen, was er wirklich braucht.

Rechenbeispiel BUZ

30jährige Angestellte mit einem monatlichen Nettogehalt von 1.800 Euro und 37 Jahren Arbeitszeit bis zur gesetzlichen Rente; daraus ergibt sich folgendes Netto-Arbeitseinkommen:

$1.800 \times 12 \times 37 = 799.200 \text{ Euro}$

Bei **Verlust der Arbeitskraft** (Taschenrechner-Taste C): **0 Euro!**

Filmdose

Die Filmdose ist eine haptische Verkaufshilfe, die das Verkaufen von Versicherungen kinderleicht macht, weil sie dem Kunden spielerisch seine Situation aufzeigt.

Erste Einsätze der Filmdose haben bei Geschäftspartnern große Begeisterung ausgelöst:

- „Das ist ja wie früher, beim Monopoly spielen.“
- „Beeindruckend, wenn man seine spätere Rente in Händen hält und merkt, dass sie vorne und hinten nicht ausreicht.“
- „Toll! Damit statte ich doch gleich meine ganze Mannschaft aus!“

Ausführliche Informationen finden Interessenten unter [Haptische Verkaufshilfe „Filmdose“](#).

Life Regatta

Für das Produkt Synchro bietet Swiss Life die „Life Regatta“ an. Es handelt sich dabei um laminierte Karten, die der Geschäftspartner dem Kunden während des Beratungsgesprächs in die Hand gibt.

Der Kunde wird durch den Informationsgehalt auf den Karten spielerisch in das Beratungsgespräch einbezogen und zu aktiver Teilnahme animiert.

Das Besondere an der Life Regatta ist, dass zu Beginn nicht über konkrete Produkte, wie zum Beispiel Swiss Life Synchro, gesprochen wird. Das geschieht von ganz allein - und mit der Life Regatta erfährt der Geschäftspartner ohne großes Nachfragen, wie es mit der Anlagementalität des Kunden bestellt ist.

Weiterführende Informationen finden sich unter [Clever verkaufen mit der „Life Regatta“](#).