

PRESSE-INFORMATION

SUSANNE KLEINHENZ

Im Auftrag von

Frauen sorgen immer noch zu schlecht für ihr Alter vor

Kleinhenz: „Problem liegt auch im mangelnden Verständnis für Frauen als Kundinnen“

Köln, 21.11.2008 - Zwei Drittel aller Frauen rechnen nach einer aktuellen Studie des Marktforschungsinstituts Psychonomics mit deutlichen Einbußen im Rentenalter, da sie nicht ausreichend vorsorgen. Als Gründe geben die befragten Frauen insgesamt kleinere Budgets sowie mangelnde Information und Motivation, sich mit dem Thema auseinander zu setzen, an. „Und das liegt mit Sicherheit auch daran, dass Frauen sich von der Beratung und den Verkaufsstrategien der überwiegend männlichen Finanzdienstleister einfach nicht richtig angesprochen und in ihren Lebenssituationen getroffen fühlen“, ist sich die Kölner Akademieleiterin und Erfolgsbuchautorin Susanne Kleinhenz sicher.

Männer können gerade im Verkauf von weiblichen Erfolgsstrategien lernen

„Was für Finanzdienstleistungsprodukte gilt, ist auf nahezu jedes Marktsegment zu übertragen, denn Männer stehen sich in der Beratung und im Verkauf manchmal selbst im Weg, weil sie sich eben typisch männlich verhalten“, so Kleinhenz. Und das heißt leider oft: ungeduldig, oberlehrerhaft, penetrant.

In ihrem neuen Buch „Der Mann im weiblichen Jahrhundert“ weist Kleinhenz, die selbst der Finanzdienstleistungsbranche entstammt, nach, dass Männer viel von den weiblichen Erfolgsstrategien lernen können. Das gilt überall im Business, vor allem auch in Verkauf und Vertrieb. Hier sind Frauen oft ungleich erfolgreicher, da sie viel stärker die individuelle Situation des Kunden oder der Kundin hinterfragen und weniger dirigistisch vorgefertigte Produkt- oder Lösungsangebote im Wortsinne an die Frau bringen wollen.

Kleinhenz: „Was Männer von Frauen hier lernen können, ist im Dialog nach Lösungsalternativen zu suchen und empathischer zu kommunizieren.

Männer sollten mit Kunden insgesamt ´weiblicher´ umgehen, dann fühlen sich diese ernster genommen und besser aufgehoben. Das schafft Vertrauen und dies wiederum ist einer der stärksten Kaufmotivatoren!“



Susanne Kleinhenz auf der Fachmesse DKM 2008: „Erfolgreiche Verkäufer gehen mit Kundinnen und Kunden ´weiblicher´ um“

Nach Ansicht der erfahrenen Trainerin führen Frauen auch in den Disziplinen Kundenbindung und Nachhaltigkeit der Verkaufsbeziehung: „Da sie tendenziell intensiver auf den Kunden eingehen, halten sie Kunden länger an sich gebunden, können die besseren, da individuelleren Angebote erarbeiten und kommen häufig zu Folgeabschlüssen. Wie man langfristig Kunden führt, da können Männer noch viel von Frauen lernen“, resümiert Kleinhenz.

Über Susanne Kleinhenz

Susanne Kleinhenz leitet das Bildungszentrum eines führenden Finanzdienstleistungskonzerns, dessen inhaltliche Schwerpunkte auf der Vermittlung fachlicher wie persönlicher Qualifikationen liegen. Sie kennt die Berufswelt, über die sie schreibt, aus erster Hand, denn sie ist als Frau in einer Männerbranche sehr erfolgreich. Eine Frau, die sich zudem als Referentin, Trainerin, Coach und Autorin Gehör verschafft. Nach ihrem ersten Erfolgsbuch „Das 21. Jahrhundert ist weiblich“ (GABAL, ISBN 3897496674) ist soeben ihr zweites Buch „Der Mann im weiblichen Jahrhundert. Was Männer und Frauen voneinander lernen können“ bei GABAL erschienen; in Kürze kommt ein informatives Hörbuch zum Thema ebenfalls bei GABAL auf den Markt.



Kleinhenz, Susanne: Der Mann im weiblichen Jahrhundert: Was Männer und Frauen voneinander lernen können, GABAL, 2008, ISBN 3897498502, 29.90 EUR

Mehr Informationen:

Susanne Kleinhenz

Tel: +49 (0)221 – 36 79 09 84

susanne.kleinhenz@t-online.de, www.susanne-kleinhenz.de

Hinweise für die Presse:

Rd. 2.550 Zeichen (mit Leerzeichen).

Frei zum Abdruck. Fotos und Grafiken frei von Rechten Dritter.

Gerne liefern wir Hintergrundinfos und stellen den **Kontakt zu Susanne Kleinhenz für Interviews und Fachbeiträge** her.

Wünschen Sie ein Rezensionsexemplar des Buches?

Rufen Sie uns einfach an!

Ansprechpartner für die Presse:

text-ur text- und relations agentur Dr.
Gierke

Schanzenstraße 23, 51063 Köln

Tel: 0221 - 95 64 90 570

redaktion@text-ur.de, www.text-ur.de