

**VERTRIEB**

Design Thinking: Heiße Luft oder Gamechanger in der Beratung?

Von Redaktion 05.06.2024 11:54, aktualisiert am 05.06.2024 11:54

Hast du dich je gefragt, warum manche Lösungen sofort ins Auge fallen, während andere unbemerkt bleiben? Oft liegt es daran, dass die wahren Bedürfnisse der Kunden übersehen werden. Denk zurück an das letzte Mal, als du versucht hast, ein nerviges Etikett von einem Apfel zu entfernen – ein alltägliches Ärgernis, das schlichtweg unnötig erscheint.

Genau hier setzt Design Thinking an: Es hinterfragt alltägliche Probleme und bietet kreative, nutzerzentrierte Lösungen. Doch wie lässt sich Design Thinking konkret einsetzen, damit Makler und Honorarberater nicht nur kreativ Probleme lösen, sondern sich auch deutlich von der Konkurrenz abheben? Erfahre jetzt, wie du mit Design Thinking zum Innovator, Problemlöser und Partner deiner Kunden wirst!

Design Thinking: Deine Geheimwaffe für echte Innovation

Geboren in den kreativen Laboren der 60er Jahre, hat sich Design Thinking zu einer Superkraft entwickelt für jeden, der die Spielregeln ändern möchte. Denk an das Beispiel des Apfeletiketts – es zeigt, dass es keine Zauberei, sondern eine klare Methode ist: Kunden ins Zentrum setzen, Prototypen bauen, testen, lernen und verbessern. Es geht darum, echte Probleme zu erkennen und zu lösen – auch jene, die deinen Kunden noch nicht einmal bewusst sind.

Warum solltest du als Berater auf diesen Zug aufspringen? Weil Einheitslösungen längst passé sind. Deine Kunden verlangen nach echtem Verständnis und nach Lösungen, die passgenau sind wie Maßanzüge. Design Thinking ermöglicht dir genau das: Es bringt dich näher an deine Kund:innen, ermöglicht dir, ihre Welt durch ihre Augen zu sehen, und führt zu Lösungen, die nicht nur funktionieren, sondern begeistern.

Kennst du das Gefühl, eine Fernbedienung in der Hand zu halten, die so viele kleine, verwirrende Knöpfe hat, dass du nur noch verzweifelt herumdrückst? Dieser Moment, wenn einfache Dinge unnötig kompliziert werden, spiegelt eine größere Herausforderung wider. Übertragen auf das Berufsleben: Als Makler oder Honorarberater ist es ähnlich entscheidend, Komplexität zu reduzieren und Klarheit zu schaffen. Indem du diesen Design-Thinking-Ansatz nutzt, könntest du statt des üblichen Versicherungsplans ein Gespräch über die Lebensziele deiner Kunden führen, was zu maßgeschneiderten Lösungen führt, die wirklich einen Unterschied machen

Der erste Schritt: Die Kunst, das Problem zu verstehen

Jede Lösung beginnt mit einem Verständnis des Problems – und das ist oft komplexer als gedacht. Design Thinking lehrt uns, dass der erste Schritt zum Erfolg darin besteht, die wahren Herausforderungen deiner Kunden zu erkennen. Nicht selten verbirgt sich hinter einer offensichtlichen Frage eine viel tiefere Problematik.

Das bedeutet, bevor du auch nur ansatzweise an eine Lösung denkst, nimmst du dir die Zeit, wirklich zuzuhören. Durch diese „Active Listening“-Methode entdeckst du vielleicht, dass das, was deine Kundschaft als „Bedarf nach einer neuen Altersvorsorge“ beschreibt, in Wirklichkeit ein tieferes Bedürfnis nach Sicherheit und Zukunftsplanung ist. Diese Einsicht ermöglicht es dir, Beratungslösungen zu entwickeln, die nicht nur passen, sondern begeistern.

[Sie wollen mehr Infos?](#)

[Dann melden Sie sich für unseren kostenlosen Newsletter](#)
[an!](#)

JETZT ABONNIEREN!

Die Magie des Bemerkens: Design Thinking neu gedacht

Tony Fadell, einer der Köpfe hinter dem iPod und dem Nest Thermostat, teilt ein entscheidendes Geheimnis: Das Erste, was man tun muss, ist richtig hinzuschauen. Oft sind es die unsichtbaren Probleme oder die alltäglichen Unannehmlichkeiten, die übersehen werden, weil wir uns an sie gewöhnt haben. Doch genau hier versteckt sich das Potenzial für bahnbrechende Innovationen.

Fadells Ansatz ermutigt uns, die gewöhnlichen Aspekte des Lebens unserer Kunden nicht zu ignorieren, sondern sie als Ausgangspunkt für Innovation zu nutzen. In deiner Rolle als Makler oder Honorarberater bedeutet das, über die üblichen Gespräche und Bedarfsanalysen hinauszugehen. Beobachte, frage und höre genau hin, um die verborgenen Bedürfnisse und alltäglichen Herausforderungen deiner Kund:innen zu entdecken. Vielleicht ist es die Frustration über komplizierte Versicherungsbedingungen oder die Angst vor finanzieller Unsicherheit im Alter, die noch niemand direkt angesprochen hat.

Praktische Anwendung: Design Thinking in deinem Beratungsalltag

Wie wird aus der Theorie Praxis? Beginnen wir mit kleinen Schritten. Design Thinking in deinen Beratungsalltag zu integrieren, bedeutet vor allem, bereit zu sein, aus der Komfortzone herauszutreten. Hier ein paar Tipps, um loszulegen:

Starte mit Empathie: Nimm dir Zeit, deine Kunden wirklich kennenzulernen. Was bewegt sie? Was sind ihre Ängste und Träume? Das kann so einfach sein wie das Führen tiefergehender Gespräche oder das Anbieten eines Workshops, um ihre Bedürfnisse zu verstehen.

Prototypen bauen: Entwickle auf Basis deiner neuen Einsichten einfache, schnell umsetzbare Lösungen. Diese müssen nicht perfekt sein, sondern dienen als Basis für Feedback.

Feedback einholen: Präsentiere deine Lösungen den Kunden und sei offen für deren Rückmeldungen. Nutze das Feedback, um deine Ansätze zu verbessern.

Sie wollen mehr Infos?

[Dann melden Sie sich für unseren kostenlosen Newsletter](#)
[an!](#)

JETZT ABONNIEREN!

Warum Design Thinking kein Luxus, sondern Notwendigkeit ist

Design Thinking ist nicht nur ein Werkzeug für große Innovationen, sondern auch der Schlüssel, um in der heutigen schnelllebigen Welt echte Kundenbindung und Zufriedenheit zu schaffen. Für Makler und Honorarberater bedeutet das, einen Schritt weiter zu gehen und den Kunden oder die Kundin nicht nur als Empfänger von Produkten, sondern als aktiven Teilnehmer im Beratungsprozess zu sehen.

Die Integration von Design Thinking in deine Arbeit eröffnet neue Wege, um wirklich signifikante und nachhaltige Lösungen für deine Kunden zu entwickeln. Also, worauf wartest du? Beginne heute damit, Design Thinking zu einem festen Bestandteil deines Beratungsansatzes zu machen, und sei Teil der CoachMeNetto-Bewegung, die die Branche verändert.

Über die Autoren

Tim Schreitmüller ist digitaler Stratege mit Versicherungs-Know-how von der LV 1871. Stephan Busch ist Versicherungsmakler und Inhaber von [Progress Finanzplaner](#). Tim und Stephan sind die Köpfe von [CoachMeNetto](#).

MEHR ZU

[> KOLUMNEN](#) [> KUNDENBERATUNG](#) [> VERTRIEB](#)

