



26. Januar 2018



Martin Limbeck

Im Vertrieb ist Kostensenken keine Lösung – Qualität entscheidet!

Anstelle von Kosteneinsparungen sollten Vermittler in die Qualität der Beratung investieren, ist Vertriebsprofi Martin Limbeck überzeugt. Im Wettbewerb mit digitalen Anbietern sei es entscheidend, den Kunden zu kennen und umfassend zu betreuen.

» Weiterempfehlen

» Kommentieren

» Drucken

Ähnliche News

- » Rechtsstreit: Die Tücken der „ausschließlichen landwirtschaftlichen Nutzung“
- » DSGVO „finanzielle und personelle Herausforderung“ für Makler
- » D.A.S. spendet für Kinderkrebsforschung
- » UNIQA steckt 500.000 Euro in InsurTech
- » Valida Vorsorgekasse: Beate Wolf neu im Vorstand

von Martin Limbeck

„Wir müssen dringend kosteneffizienter arbeiten, um gegen den Wettbewerb bestehen zu können!“ Zugegeben, die Versicherungsbranche befindet sich in keiner einfachen Situation. Die Konkurrenz ist groß, der Markt nahezu gesättigt, staatliche Regulierungen begrenzen den Handlungsspielraum. Verständlich, dass viele Führungskräfte dann erst mal an der offensichtlichsten Stellschraube drehen wollen. Sorry, doch ohne System bringt Ihnen das langfristig nichts außer gestresste und genervte Berater. Kostensenken ist keine Lösung, sondern bloß eine Verlagerung des Kriegsschauplatzes.

Bedürfnis nach Beratung steigt

Denn viele vergessen, worum es eigentlich geht: Die Qualität der Kundenberatung! Aktuell wird die Branche von digitalen Angeboten überschwemmt. Und ich bin fest davon überzeugt, dass das erst der Anfang ist. Umfragen bestätigen, dass gerade unter den Privatkunden die Zahl der digital Aktiven noch weiter steigen wird. Es ist höchste Zeit, darauf zu reagieren, anstatt bloß den Kopf zu schütteln! Denn hier liegt meiner Ansicht nach der echte Mehrwert verborgen, den Sie Ihren Kunden bieten können.

Liefen Sie sich keine Schlammschlacht mit kleinen Anbietern, die ihre Versicherungen ausschließlich online und zu unglaublich niedrigen Preisen anbieten. Sondern setzen Sie stattdessen auf die Qualität Ihrer Beratung! Denn die Zukunft des Versicherungsvertriebs wird, zumindest in den nächsten Jahren, nicht komplett digital, sondern vielmehr hybrid werden. Sprich Ihre Kunden werden zwar vermehrt online auf Ihre Angebote aufmerksam werden und simple Verträge wie Haftpflicht- oder Reiserücktrittsversicherungen auch direkt dort abschließen. Doch gleichzeitig wird das Bedürfnis nach persönlicher Zuwendung und Beratung steigen. Rationalisieren Sie also nicht wie wild alles weg. Sondern sensibilisieren Sie Ihre Berater für ihre neue Rolle und bieten Sie ihnen die nötige Unterstützung!

Den Kunden kennen, bevor er spricht

Digitalisierung bedeutet im Vertrieb nicht bloß den Einsatz von E-Mails, Zeiterfassung, CRM und vielleicht noch Videotelefonie mit Kunden. Es ist an der Zeit, eine völlig neue Wertschöpfungskette zu kreieren, die vor allem ein Ziel hat: den Kunden Mehrwert bieten. Und zwar nicht nur im Sinne eines guten Preis-Leistungsverhältnisses. Ihre Berater müssen am besten schon wissen, welche Herausforderungen der Kunde in seinem Leben hat und welches Angebot die Lösung dafür ist – bevor er überhaupt ein Wort gesagt hat. Ein solches zukunftsfähiges Vertriebskonzept fußt auf der systematischen Weiterbildung Ihrer Mitarbeiter. Wer hier spart, spart seinem Unternehmen die Zukunft weg! Transformationen sind unbequem, lästig und bisweilen sogar schmerzhaft. Doch sie sind der Schlüssel für höhere Effizienz, zufriedene Mitarbeiter – und treue Kunden. Wann investieren Sie?

Der Autor

Martin Limbeck ist Inhaber der Martin Limbeck® Training Group, einer der führenden Experten zum Thema Blended Learning und Entwicklung von Lernkonzepten für Unternehmen, sowie einer der meistgefragten und renommiertesten Business-Speaker und Verkaufsspezialisten auf internationaler Ebene. Für seine innovativen und nachhaltigen Angebote wie den LOOP-Prozess® und die Martin Limbeck® Online Academy wurde Martin Limbeck unter anderem mit dem Großen Preis des Mittelstandes der Oskar-Patzelt-Stiftung und dem Siegel „Wirtschaftsmagnet“ ausgezeichnet. Mehr Informationen auf www.martinlimbeck.de