

Anzeige

100% Volle Leistung in allen Pflegegraden!

Barmenia
Versicherungen**DIE JOHANNITER**
Aus Liebe zum Leben

Finanznachrichten auf Cash.Online > Meinung > Kolumnen > Der neue Experte heißt Kunde: Verkaufen in digitalen Zeiten

Teilen bei: [f](#) [t](#) [g+](#) [x](#) [in](#) | [✉](#)

5. Februar 2018, 11:18

Berater | Kolumnen

Der neue Experte heißt Kunde: Verkaufen in digitalen Zeiten

Wie heißt es doch so schön? Große Veränderungen werfen große Schatten voraus. Und es sind die Schatten der Digitalisierung, die inzwischen auch den Versicherungsvertrieb erreicht haben – und dort für Unruhe sorgen.

Die Limbeck-Kolumne



Martin Limbeck: "Die Kunden sind heute nicht nur besser informiert, sie sind auch skeptischer geworden"

Die schlechte Nachricht zuerst: Das ist erst der Anfang! Digitalisierung ist nichts, was innerhalb eines Jahres vorbei ist, so dass danach wieder zum Tagesgeschäft übergegangen werden kann.

Wir haben es hier mit einem außergewöhnlichen Prozess zu tun, der nicht nur die Arbeitswelt, sondern auch unser Privatleben und insgesamt große Bereiche des menschlichen Lebens grundlegend verändern wird. Und das Ende ist noch lange nicht abzusehen.

Persönliche Beratung bleibt wichtig

Was bedeutet das speziell für die Versicherungsbranche? Viele Produkte können bereits online abgeschlossen, Schäden per Mail oder Online-Formular schnell und komfortabel gemeldet werden.

Kein Wunder also, dass bei vielen Assekuranzen schon die große Panik geschoben wird. Wird der klassische Kundenberater schon bald nur noch ein Relikt vergangener Zeiten sein? Aus meiner Sicht gibt es darauf eine klare Antwort: Nein.

Das untermauern auch die Ergebnisse einer aktuellen Studie der Gothaer Versicherung (*Versicherung digital 2017*): Nur ein kleiner Teil der Befragten legte Wert auf Onlineberatung und Onlineabschlüsse.

Kunden wollen Transparenz und Service

Insbesondere für Verträge zu Altersvorsorge und Lebensversicherungen wünschen sich die meisten Menschen nach wie vor eine persönliche Beratung und einen Vertragsabschluss über einen Berater.

Also alles beim Alten? Nicht ganz. Um hier wettbewerbsfähig zu bleiben, muss sich die Arbeitsweise von Versicherungsdienstleistern nachhaltig verändern.

Einen wichtigen Hinweis auf das "Warum" liefert ebenfalls die Gothaer-Studie: Die Mehrheit der Befragten gab an, bei der Auswahl von Versicherungsprodukten vor allem auf transparente Leistungen und guten Service zu schauen – statt auf Preis und Markenbekanntheit.

Seite zwei: [Kunden bereiten sich selbst vor](#)

Weiter lesen: 1 2 3

[Drucken](#) | [Kommentieren](#)

MEHR ZUM THEMA COACHING FÜR FINANZBERATER

Berater
**Lust oder Frust?
So machen sie
Kunden glücklich**Berater | Recht/Steuern
**Vertriebsrecht:
Was sich 2018 für
Verkäufer ändert**Berater | Kolumnen
**Keine
Weiterentwicklung
ohne
Weiterbildung**[Alle Themenseiten ...](#)

AKTUELLES AUS DEM RESSORT

Berater | Kolumnen
**Der neue Experte
heißt Kunde:
Verkaufen in
digitalen Zeiten**Berater | Versicherungen
**Ammerländer
optimiert Bike-
Police**Berater
**FP Finanzpartner
übernimmt
Leasingbroker**

MEISTGELESEN

"Ausschließlichkeitsvertreter und Großvermittler haben einen gewissen Vorteil"

Hausratversicherung: Die fünf häufigsten Fehler beim Abschluss

Immobilienbranche: Gesetzesänderungen 2018

"Ein harter Provisionsdeckel provoziert Kompensationslösungen"

Anschlussfinanzierung: Drei Fehler, die jeder vermeiden sollte

UNTERNEHMEN IM FOKUS



Sponsored News

AKTUELLE NEWS PER WHATSAPP

100%

Anzeige



DIE JOHANNITER

Aus Liebe zum Leben

Finanznachrichten auf Cash.Online > Meinung > Kolumnen > Der neue Experte heißt Kunde: Verkaufen in digitalen Zeiten

Teilen bei: [f](#) [t](#) [g+](#) [x](#) | [✉](#)

5. Februar 2018, 11:18

[Berater](#) | [Kolumnen](#)

Der neue Experte heißt Kunde: Verkaufen in digitalen Zeiten

Es kommt also gar nicht darauf an, dass Sie sich einen Kampf mit dem Wettbewerb um die niedrigsten Prämien liefern. Punkten Sie stattdessen mit Beratern, die sich wirklich um ihre Kunden kümmern und für sie da sind!

Falls Sie es noch nicht mitbekommen haben sollten: Der neue Experte heißt Kunde! Wer zu Ihnen kommt, hat bereits online recherchiert, Prämien verglichen, sich in Bewertungsportalen schlau gemacht.

Kunden werden skeptischer

Aus meiner Sicht eine super Ausgangssituation, da Sie sich als Verkäufer dann direkt aufs Wesentliche konzentrieren können: den Abschluss. Doch Vorsicht: Die Kunden sind heute nicht nur besser informiert, sie sind auch skeptischer geworden.

Sie wollen Versicherungsprodukte, die maßgeschneidert zu Ihrem Leben passen und ihnen die Sorge nehmen, von möglichen Unabwägbarkeiten überrascht zu werden.

dem Berater nur um den Abschluss geht, rückt der Abschluss seiner in weite Ferne. Von einer langfristigen Kundenbeziehung ganz zu schweigen.

Kunden zu Wort kommen lassen

„Herr Schulze, schön, dass Sie da sind! Ich glaube unsere neue Altersvorsorge ist genau das Richtige für Sie! Sie passt sich flexibel an Ihr Leben an, Sie können auch mal einige Raten aussetzen oder mehr einzahlen, wenn Sie möchten ... Oder wie wäre es stattdessen mit einem klassischen Riester-Vertrag?“

Zwar hat Herr Schulze noch gar kein Wort gesagt, sein Berater ist jedoch schon voll in seinem Element und weiß natürlich, was „das Beste“ für seinen Kunden ist. Stop. Zurückspulen bitte. Und nochmal neu anfangen.

Seite drei: [Tipps für zeitgemäße Beratung](#)

Weiter lesen: 1 2 3

[Drucken](#) | [Kommentieren](#)

Drucken
Weiterleiten
Kommentieren

Teilen bei



Cash.ONLINE

Versicherungen | Immobilien | **Berater** | Investmentfonds | Sachwertanlagen | Recht | Mehr ▾



Drucken
Weiterleiten
Kommentieren

Teilen bei



Mehr zum Thema

[Coaching für Finanzberater](#)
[Berater](#)
[Kolumnen](#)

[Startseite](#)

[Kontakt](#)

MEHR ZUM THEMA COACHING FÜR FINANZBERATER



[Berater](#)

Lust oder Frust? So machen sie Kunden glücklich



[Berater](#) | [Recht/Steuern](#)

Vertriebsrecht: Was sich 2018 für Verkäufer ändert



[Berater](#) | [Kolumnen](#)

Keine Weiterentwicklung ohne Weiterbildung

[Alle Themenseiten ...](#)

AKTUELLES AUS DEM RESSORT



[Berater](#) | [Kolumnen](#)

digitalen Zeiten



[Berater](#) | [Versicherungen](#)

Ammerländer optimiert Bike-Police



[Berater](#)

FP Finanzpartner übernimmt Leasingbroker

MEISTGELESEN

„Ausschließlichkeitsvertreter und Großvermittler haben einen gewissen Vorteil“

Hausratversicherung: Die fünf häufigsten Fehler beim Abschluss

Anzeige

Barmenia
Versicherungen

DIE JOHANNITER
Aus Liebe zum Leben



Finanznachrichten auf Cash.Online > Meinung > Kolumnen > Der neue Experte heißt Kunde: Verkaufen in digitalen Zeiten

Teilen bei: [f](#) [t](#) [g+](#) [x](#) [in](#) | [✉](#)

5. Februar 2018, 11:18

[Berater](#) | [Kolumnen](#)

Der neue Experte heißt Kunde: Verkaufen in digitalen Zeiten

Die folgenden fünf Tipps helfen Ihnen dabei, zukünftig direkt den richtigen Draht zu Ihrem Gegenüber zu bekommen:

- **Lassen Sie den Kunden reden:** Das ist die oberste Regel. Stellen Sie gezielt Fragen und nehmen Sie sich sofort wieder zurück. Ihre wichtigste Aufgabe erst einmal: Hinhören. Hinhören, beobachten – und Schlüsse daraus ziehen.
- **Fachidiot schlägt Kunde tot:** Auch wenn es verlockend ist und Sie zeigen möchten, dass Sie sich bestens auskennen – bitte nicht. Mit hoher Wahrscheinlichkeit hat Ihr Gegenüber bereits sämtliche Tarife verglichen und weiß bereits genau, was für ihn in Frage kommt und was nicht. Was er stattdessen braucht: Die Bestätigung durch einen Fachmann, dass der Abschluss einer privaten Rentenversicherung zum jetzigen Zeitpunkt die beste Entscheidung ist.
- **Begegnen Sie Ihren Kunden auf Augenhöhe:** Sollte eigentlich selbstverständlich sein. Doch gerade in der heutigen Zeit verlieren

- **Jedes Detail zählt:** Wie tritt Ihr Gesprächspartner auf? Wie bewegt er sich? Was sagt er? Und vor allem: Wie sagt er es? Fahren Sie in den ersten Minuten alle Ihre Antennen aus, um voll auf Empfang zu sein. Spricht er eher laut oder leise, langsam oder schnell? Sucht er den Blickkontakt oder wandern seine Augen durch den Raum? Daraus können Sie eine Menge Rückschlüsse darüber ziehen, wie Ihr Kunde tickt – und dann Ihre Gesprächsstrategie entsprechend daran anpassen.
- **Digitalisierung nutzen:** Setzen Sie auf digitale Angebote, um Ihren Kunden das gewisse Plus an Service zu bieten. Zum Beispiel Video-Telefonie, damit Ihr Gegenüber nicht extra in die Filiale kommen muss. Eine App, über die Schadensmeldungen oder Rezepte bei der Krankenversicherung eingereicht, Kostenvoranschläge für Behandlungen eingeholt werden und Verträge und Konten verwaltet werden können. Auch spannend: Wie wäre es mit Zusatzangeboten, die über die "klassische Versicherung" hinausgehen? Zum Beispiel technische, medizinische oder juristische Unterstützung im Schadensfall.

Neugier und Menschenkenntnis sind aus meiner Sicht seit jeher die wichtigsten Verkaufsinstrumente – und sie werden in Zukunft radikal darüber entscheiden, ob Sie einen Kunden für sich gewinnen können.

Ein guter Verkäufer bedient den Bedarf seines Kunden rational, seine Kaufmotive emotional – und verknüpft beides geschickt miteinander, um so unwiderstehliche Nutzenargumente zu liefern und für beide Seiten den optimalen Abschluss herbeizuführen.

Martin Limbeck ist einer der renommiertesten Business-Speaker und Verkaufs-Experten auf internationaler Ebene. Er ist seit mehr als 20 Jahren Verkaufs- und Managementtrainer. Limbeck ist Inhaber der Martin Limbeck® Training Group, Lehrbeauftragter im Bereich Sales Management an der ESB Business School in Reutlingen sowie Dozent in der Führungskräfteweiterbildung der Universität St. Gallen. Er ist Mitglied des Club 55 und des Top-Trainer-Teams Salesleaders.

Foto: Philip Reichwein

MEHR ZUM THEMA COACHING FÜR FINANZBERATER



Berater
Lust oder Frust? So machen sie Kunden glücklich



Berater | Recht/Steuern
Vertriebsrecht: Was sich 2018 für Verkäufer ändert



Berater | Kolumnen
Keine Weiterentwicklung ohne Weiterbildung

[Alle Themenseiten ...](#)

AKTUELLES AUS DEM RESSORT



Berater | Kolumnen



Berater | Versicherungen
Ammerländer optimiert Bike-Police



Berater
FP Finanzpartner übernimmt Leasingbroker

digitalen Zeiten

MEISTGELESEN

"Ausschließlichkeitsvertreter und Großvermittler haben einen gewissen Vorteil"

Hausratversicherung: Die fünf häufigsten Fehler beim Abschluss

Immobilienbranche: Gesetzesänderungen 2018

"Ein harter Provisionsdeckel provoziert Kompensationslösungen"

Anschlussfinanzierung: Drei Fehler, die jeder vermeiden sollte

UNTERNEHMEN IM FOKUS

SwissLife

fairvesta
Gewinne mit Immobilien

powered by IPConcept
FONDSIMFOKUS

WIRTSCHAFTSHAUS
Rendite zum Anfassen

Sponsored News