

22.01.2020 Branche

## So überzeugen Sie als Makler in digitalen Zeiten



©C. Schüßler / stock.adobe.com

abgeschlossen und bei vielen Anbietern können Schäden bereits per Mail, Online-Formular oder sogar per App schnell und bequem gemeldet werden. Ist es nur noch eine Frage der Zeit, bis der Job des Maklers, so wie wir ihn seit Jahrzehnten kennen, ausgedient hat?

Dass die fortschreitende Digitalisierung und die rasante Entwicklung auf dem Gebiet der Künstlichen Intelligenz branchenübergreifend einen spürbaren Einfluss auf Vertrieb und Verkauf haben, lässt sich nicht mehr wegdiskutieren. Und selbst wenn Sie es aktuell noch nicht wahrhaben wollen: Sie werden sich nicht davor verstecken können.

Auch in der Versicherungsbranche nehmen die Sorgen zu: Schließlich werden immer mehr Basis-Verträge wie Kfz- oder private Haftpflichtversicherungen online

Doch ganz anders sieht es bei einem komplexen, erklärbungsbedürftigen Produkt wie einer Wohngebäudeversicherung, einer Lebens- oder Rentenversicherung aus: Hier steigt das Bedürfnis der Kunden, sich persönlich beraten zu lassen. Oft sogar gerade vor dem Hintergrund, dass sie sich bereits online über das Produkt informiert haben und unsicher sind, was für ihre individuelle Lebenssituation die beste Entscheidung wäre. Mit anderen Worten: Als Makler sind Sie nach wie vor gefragt, vielleicht sogar mehr als vorher. Vorausgesetzt, Sie gehen mit der Zeit - und stellen sich auf die Wünsche und Bedürfnisse Ihrer Kunden ein.

### NEWSLETTER

Der Versicherungsmagazin Newsletter informiert Sie regelmäßig über aktuelle Entwicklungen innerhalb der Versicherungsszene



### MEIST GELESEN

1 So überzeugen Sie als Makler in digitalen Zeiten

22.01.2020 Branche

2 Übertragung der Aufsicht über Finanzanlagenvermittler: DIHK sagt Nein

22.01.2020 Branche

3 Restschuldversicherungen: Vergleichen ist ein Muss

22.01.2020 Branche

4 Was passiert mit meinem Facebook-Account, wenn ich sterbe?

22.01.2020 Branche

5 Internationaler Makler erweitert sein Führungsteam

23.01.2020 Personalien

versicherungs  
magazin

Das  
aktuelle  
Magazin

[Jetzt lesen](#)

### Award-Bewerbung

Sie kennen bereits einige Awards von Versicherungsmagazin. Doch wie sehen die Prüfkriterien für diese Awards im Detail aus? Wer kann sich bewerben und welches Profil müssen die Interessenten vorweisen, um mitwirken zu können?

[Hier die Details zu den Ausschreibungen](#)

### Individuell und persönlich: Solution Selling statt Standardverkauf

Kunden sind heute nicht nur besser informiert, sie wollen auch selbst entscheiden, was sie brauchen - und was sie wie und wann kaufen. Spätestens jetzt sollte es bei Ihnen klingeln: Broschürenvorleser und Faktenduscher haben ausgedient! Als Makler haben heute die Verkäufer die besten Karten, die nicht länger nach Schema F vorgehen, sondern statt Standardverkauf auf Beratung und persönliche Lösungen setzen. Kunden wollen heute einen Makler, der ihnen auf Augenhöhe begegnet. Und der ihnen genau das Versicherungspaket schnürt, das zu ihrem Leben und ihren Werten passt.

Wer in der Lage ist, seine Kunden auf diese Weise zu unterstützen, wird schnell feststellen, dass ein Thema dann oft überhaupt keine Rolle mehr spielt - nämlich der Preis. Klar gibt es günstigere Online-Anbieter für Versicherungen. Doch gerade in der heutigen Zeit ist es vielen Menschen das Geld wert, einen Ansprechpartner aus Fleisch und Blut zu haben. Den sie bei Fragen oder Unsicherheiten anrufen können und der ihnen im unübersichtlichen Versicherungsdschungel den Weg weist.

Um als Versicherungsvermittler die Digitalisierungswelle unbeschadet zu überstehen, sind folgende Eigenschaften daher künftig unabdingbar:

- Identifizieren Sie sich mit Ihrem Unternehmen und seinem Angebot, den Produkten und Dienstleistungen. Kunden merken heute sofort, ob Sie nur verkaufen wollen oder wirklich vom Nutzen Ihres Angebots überzeugt sind!
- Sie kennen Ihre Kunden und Ihre Produkte in- und auswendig, um jederzeit für sämtliche Fragen - auch kritische - gewappnet zu sein.
- Im Fokus steht immer der Kunde: Ziel Ihrer Angebotspräsentation ist es stets, dass Ihr Gegenüber den Mehrwert für sich erkennt. Dazu gehört im Vorfeld eine sorgfältige Bedarfsanalyse und während des Gesprächs maximale Aufmerksamkeit sowie die passenden Fragetechniken, um keine Information zu verpassen.
- Menschenkenntnis und Empathie: Klingt selbstverständlich - ist es jedoch nicht! Zeigen Sie wirkliches Interesse an Ihren Kunden, halten Sie Kontakt, finden Sie heraus, was sie bewegt. Denken und handeln Sie für Ihre Kunden - immer mit dem Ziel, die bestmögliche Lösung zu finden und so eine langfristige Kundenbeziehung zu etablieren.
- Verknüpfung von online und offline: Recherchieren Sie gründlich, um sich besser auf Kundengespräche vorzubereiten und damit kompetenter und glaubwürdiger zu beraten. Nutzen Sie die verschiedenen Kanäle auch, um Ihre Kunden individuell zu kontaktieren, je nach seiner oder ihrer Präferenz.

Aus meiner Sicht hat sich eigentlich gar nicht so viel geändert. Menschenkenntnis und Neugier haben schon immer den Unterschied zwischen erstklassigen Maklern und Durchschnittsverkäufern ausgemacht. Doch gerade jetzt, während alles um uns herum immer digitaler wird, werden es zutiefst menschliche Eigenschaften wie Einfühlungsvermögen und ehrliches Interesse am Gegenüber sein, die den entscheidenden Ausschlag Richtung Abschluss geben werden.

### Der Autor

Martin Limbeck ist Inhaber der Limbeck Group, einem Experten zum Thema Blended Learning und Entwicklung von Lernkonzepten für Unternehmen, sowie Business-Speaker und Verkaufsspezialist. Sein neues Buch "Vertriebsführung" wird in der Februar-Asugabe von Versicherungsmagazin vorgestellt. Mehr Informationen auf [www.martinlimbeck.de](http://www.martinlimbeck.de) und [www.limbeckgroup.com](http://www.limbeckgroup.com).

Autor(en): Martin Limbeck