

Jetzt Abo testen

Home > Rubriken > Branche > Corona > **Erfolgreich durch die Krise: Ihre Bestandskunden brauchen jetzt Sicherheit!**

Exklusive private Arbeitskraftabsicherung für mehr als 17 Mio. Beschäftigte



[Hier zur passenden Branchenlösung >](#)

 MetallRente
 KlinikRente
 Arbeitskraftschutz Flex

24.11.2020 Branche

Erfolgreich durch die Krise: Ihre Bestandskunden brauchen jetzt Sicherheit!



©kebox / Fotolia

spezialisiert haben. Hier sind Nachfrage und Beratungsbedarf spürbar gestiegen. Kein Wunder - in Krisenzeiten fokussieren sich Menschen primär auf die Gewährleistung ihrer Sicherheit.

Die Folge: Viele Versicherer und Finanzdienstleister haben gerade alle Hände voll zu tun, um Neukundengespräche abzuwickeln. An sich ist das natürlich eine gute Sache. Allerdings habe ich den Eindruck, dass dadurch eins deutlich zu kurz kommt - die Bestandskundenpflege! Viele Vermittler scheinen immer noch den überholten Glaubenssatz im Kopf zu haben, dass ein Kunde, der einmal unterschrieben hat, safe ist. Doch das ist er keinesfalls! Und erst recht nicht in einer Zeit, wie wir sie gerade erleben.

Was nicht unbedingt nötig ist, fliegt raus

Die Krise hat unser Leben in diesem Jahr ziemlich auf den Kopf gestellt - und bei weitem nicht immer zum Guten. Die Veranstaltungsbranche liegt am Boden, Gastronomiebetriebe und Hotels haben ebenfalls stark zu kämpfen. Die Folge ist in vielen Fällen Kurzarbeit oder sogar Arbeitslosigkeit. Und was, glauben Sie, tun diese Menschen jetzt ganz konkret? Sie bringen Ordnung in ihr Leben und prüfen, an welchen Stellen sie Einsparungen vornehmen können. Und wissen Sie, von welchen Verträgen sich Menschen in dieser Situation am leichtesten trennen? Sie kündigen ihre Mitgliedschaft im Fitness-Studio, das Netflix-Abo - und Versicherungen!

Wie es dazu kommt? Zum einen, weil sich möglicherweise der Bedarf geändert hat. Wen ein Partner oder beide nur noch im Homeoffice arbeiten, wird vielleicht das zweite Auto abgeschafft und deswegen die Kfz-Versicherung gekündigt. Viele Kündigungen sind jedoch darauf zurückzuführen, dass Kunden der konkrete Nutzen einer Absicherung oder Geldanlage gar nicht richtig klar ist. Die Folge: Was nicht auf den ersten Blick als wichtig eingeordnet werden kann, fliegt raus. Hier sind Sie als Berater gefragt, sich intensiver um Ihre Bestandskunden zu bemühen und ihnen zu vermitteln, warum sie ihre Absicherungen behalten und die Zahlungen etwa besser für einen gewissen Zeitraum stilllegen sollten.

← Google Anzeigen

Feedback senden

Warum sehe ich diese Werbung? ▶

NEWSLETTER

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

Werden Sie aktiv und pflegen Sie Ihre Kundenbeziehungen!

Fragen Sie sich also: Was können Sie jetzt ganz konkret für Ihre Bestandskunden tun, um die Beziehung zu verbessern? Entscheidend ist vor allem, dass Sie Ihre Kunden nicht im Regen stehen lassen, sondern sich aktiv als verlässlicher Partner an ihrer Seite präsentieren. Dazu möchte ich Ihnen ein paar Ideen mit auf den Weg geben:

- **Anrufen: Melden Sie sich bei Ihren Bestandskunden! Nicht, um ihnen etwas zu verkaufen. Sondern um einfach zu fragen, wie es ihnen in dieser speziellen Lage geht. So finden Sie heraus, ob sie möglicherweise gerade eine konkrete Herausforderung haben, bei der Sie unterstützen können. Ich gebe meinen Kunden auch grundsätzlich meine Handynummer. Verbunden mit dem Hinweis, dass sie mich jederzeit anrufen können. Die wenigsten tun das wirklich - doch damit haben Sie definitiv einen Stein im Brett!**
- **Online-Beratung: Persönliche Kontakte müssen wir aktuell leider wieder auf ein Minimum herunterfahren. Doch das bedeutet nicht, dass Sie Ihre Kunden nicht trotzdem sehen können! Bieten Sie ihnen eine Videoberatung an -etwa verbunden mit einem kostenfreien Check-up ihrer momentanen Absicherung.**
- **Kompetenz herausstellen: Untermauern Sie Ihre Expertise! Zum Beispiel mit einem Newsletter, einem Podcast oder regelmäßigen Postings auf Ihren Social-Media-Kanälen. Laden Sie Ihre Kunden aktiv ein, sich mit Ihnen zu vernetzen.**
- **Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft: Ob mit Ihrem Logo gebrandetes Desinfektionsgel, Masken oder ein schöner Tee mit einem Becher, um es sich zu Hause gemütlich zu machen - es gibt unzählige Möglichkeiten! Lassen Sie Ihre Fantasie spielen, womit Sie sich in Erinnerung rufen und Ihren Kunden gleichzeitig eine nützliche Freude machen können.**

Der Aufwand, einen verlorenen Kunden zurückzugewinnen, ist dreimal höher als die Energie, die nötig ist, um ihn zu halten. Daher kann ich Ihnen nur dazu raten, nicht Ihre komplette Energie in die Neukundenakquise zu stecken, sondern sich auch intensiv um Ihre Bestandskunden zu bemühen. Überfrachten Sie sie jedoch bitte nicht mit weiteren Angeboten - sondern zeigen Sie ihnen, dass sie die richtige Wahl getroffen haben und mit Ihnen einen verlässlichen Partner an ihrer Seite haben.

Der Autor:

Martin Limbeck ist Inhaber der Limbeck Group und einer der führenden Experten zum Thema Sales und Sales Leadership in Europa. Der Blended-Learning-Fachmann und Bestseller-Autor unterstützt gemeinsam mit seinem Team Unternehmen dabei, ihren Vertrieb auf den Punkt zu bringen. Das Motto der Limbeck Group: Vertrieb. Macht. Zukunft. Statt vorbereiteter Standardmaßnahmen setzen Martin Limbeck und seine Experten auf individuelle Vertriebsberatung und darauf aufsetzende maßgeschneiderte Konzepte. www.limbeckgroup.com

Autor(en): Martin Limbeck

Nicht warten. Jetzt hier klicken und informieren.

www.mv-maklernetz.de/zahngesund

MEIST GELESEN

- 1** Beiträge von Pflegezusatzversicherungen steigen - vier Gründe
23.11.2020 Branche
- 2** Restschuldversicherung: Transparent und günstig möglich
20.11.2020 Branche
- 3** Was 2021 teurer, einfacher oder anders wird
26.10.2020 Branche
- 4** bAV: Gute Beratung ist auch wegen späterer Verarbeitung wichtig
18.11.2020 Branche
- 5** Corona bringt Digitalisierungsschub für die Assekuranz
20.11.2020 Branche



Das aktuelle Magazin

Jetzt lesen



10 Jahre Makler-Champions!

Zehn Jahre Makler-Champions - ein Jubiläum, auf das die Initiatoren des Awards, Service Value und Versicherungsmagazin, stolz sind. Lesen Sie, welche Versicherer und Maklerdienstleister die Makler in diesem Wettbewerb als besonders servicestark erachten.

[Hier geht es zum Sonderheft](#)

Newsletter

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

[Jetzt gleich anmelden!](#)



Makler-Champions

Versicherer versprechen seit Jahren, ihre Maklerorientierung zu verbessern. Doch was hat sich bislang konkret getan? Zum elften Mal hat Versicherungsmagazin gemeinsam mit Servicevalue eine **unabhängige Maklerbefragung** gestartet, um die **Gesellschaften zu finden, die "Makler-Champions"** sind.

[Hier geht es zur Umfrage](#)

10% Rabatt



Deutsche Makler Akademie

DMA-Seminare

Jetzt von der Kooperation von Versicherungsmagazin mit der Deutschen Makler-Akademie (DMA) profitieren! Leserinnen und Leser von Versicherungsmagazin erhalten **exklusiv zehn Prozent Rabatt** auf DMA-Angebote.

[Mehr Infos hier!](#)