

Drei Mythen über Vertriebs Erfolg in der Assekuranz

Kunden wünschen sich eine überzeugend einfache Kontaktaufnahme, die im besten Fall noch vom Betreuer ausgeht.

68 Überzeugend einfach und Initiative vom Betreuer
Betreuer NPS

62 Überzeugend einfach und eigene Initiative
Betreuer NPS

16 Nicht überzeugend einfach und Initiative vom Betreuer
Betreuer NPS

10 Nicht überzeugend einfach und Initiative vom Kunden
Betreuer NPS

MYTHOS 1

BEI BEDARF KOMMT DER KUNDE VON ALLEINE AUF MICH ZU.



Im Markt werden diese Ansprüche der Kunden noch nicht flächendeckend erfüllt. Nur jeder zweite Kunde beschreibt den Kontakt zum Betreuer als überzeugend einfach.



Nur

4 von 10

Kunden geben an, dass die Initiative vom Betreuer ausgegangen ist.

FAZIT

Eine niedrighschwellige Kontaktaufnahme ist die absolute Grundlage für erfolgreiche Vertriebsarbeit.

Jeder erfolgreich etablierte Kanal zum Kunden steigert den Vertriebs Erfolg.

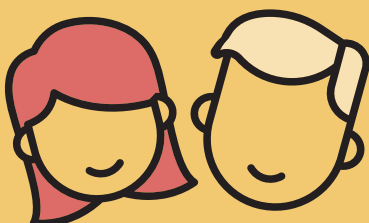
30% Wenn Kunden alle drei Kontaktwege (persönlich, telefonisch und digital) genutzt haben.
Neuvertragsquotient

12% Wenn Kunden nur einen Kontaktweg genutzt haben.
Neuvertragsquotient



MYTHOS 2

DER PERSÖNLICHE KONTAKT IST VÖLLIG AUSREICHEND, DEN REST BRAUCHT ES NICHT.



Die Betreuungsfrequenz im Markt ist weiter ausbaufähig und Grundlage für eine gute Kundenbeziehung.

1,58 Kanäle nutzen Kunden im Schnitt zu ihrem Betreuer.

Jeder **2.** Kunde hatte keinerlei Kontakt im letzten Jahr.

Jeder **6.** gibt an, dass der letzte Kontakt mehr als 5 Jahre her ist.

FAZIT

Um Kunden zu begeistern, braucht es mehr als die traditionellen Kanäle. Ein Omni-Channel-Angebot ist ein echter Vertriebsbooster.

Die Einhaltung von Beratungsstandards* steigert die Vertriebsperformance deutlich.

32% wenn 5 und mehr Standards eingehalten werden.
Neuabschluss

27% wenn 3 bis 4 Standards eingehalten werden.
Neuabschluss

18% wenn max. 2 Standards eingehalten werden.
Neuabschluss

Dennoch: Im Schnitt werden lediglich 4 Beratungsstandards eingehalten.

MYTHOS 3

DER KUNDE WILL NUR NOCH DEN SCHNELLEN PRODUKTVERKAUF.



Führt der Berater zusätzlich den regelmäßigen Versicherung check durch, steigert dies den Betreuer-NPS nochmal deutlich.

* Beratungsstandards:

- pers. Situation verstanden / Suche nach bester Lösung
- Hinweise für Verhalten im Schadenfall
- über mögliche Risiken der Produkte aufgeklärt
- Erläuterung der Produktvorteile
- umfassende und individuelle Bedarfsanalyse
- nächsten Besprechungstermin vereinbart
- Vergleichsangebote eingeholt
- voraussichtliche Altersbezüge (bzw. Versorgungslücke) berechnet.

FAZIT

Kunden schätzen das ausführliche, strukturierte Gespräch rund um den individuellen Versicherungsbedarf und honorieren den Einsatz des Betreuers mit mehr Abschlüssen.