

SPEZIALISIERUNG, KUNDENANSPRACHE, HONORARE

Mit diesen Strategien meistern Vermittler künftige Herausforderungen

Tom Wonneberger (links) und Stephan Busch von Progress Finanzplaner.

Von Stephan Busch und Tom Wonneberger 11.02.2021 um 15:56

WERBUNG  ARTIKEL DRUCKEN



 

Wir bieten Ihnen:

- zentrale Anlaufstelle für all Ihre Anliegen
- direkten Kontakt bei telefonischen Anfragen
- persönlichen Ansprechpartner in weniger als einer halben Minute

Jetzt online informieren

Claudia Jacquemin

 **Lesedauer: ca. 04:40 Min**

Welche sechs Megatrends werden die Versicherungsbranche in Zukunft beschäftigen – mit dieser Frage befassten sich die Versicherungsmakler Stephan Busch und Tom Wonneberger von Progress Finanzplaner im ersten Teil einer dreiteiligen Serie. In diesem zweiten Teil geht es darum, mit welchen Strategien Vermittler diese Herausforderungen meistern können.

WERBUNG



HAFTPFLICHT HEILWESEN

Ein Grund zur Freude: Die neuen Haftpflicht-Tarife für die



Im [ersten Teil](#) unserer Serie geht es um sechs Megatrends, und wie diese die Versicherungswelt verändern werden. In diesem zweiten Teil stellen wir Ihnen allgemeine Lösungsansätze vor. Im [dritten und letzten Teil](#) unserer Mini-Serie werden wir konkret. Welche konkreten Punkte können Sie in Ihrem Alltag anwenden? Darum geht es.

Geschäftsmodell

Um in dem sich verschiebenden Markt auch langfristig erfolgreich zu sein, braucht es ein klares Geschäftsmodell. Die Geschäftsmodell-Entwicklung sollte den gleichen Stellenwert im Unternehmen haben, wie die Kundenakquise und -beratung.

WENN Sie die meisten viel im Unternehmen arbeiten, vergessen viele am Unternehmen zu arbeiten.



Pfefferminzia



Definieren Sie eine klare Zielgruppe beziehungsweise fokussieren sie sich auf ein Produkt. Beschreiben Sie davon ausgehend den Kundennutzen und Ihre Alleinstellungsmerkmale. Legen Sie klare Prozesse und Standards fest. Wollen Sie in den Premiumbereich vorstoßen, wird die Beratung ihr eigentliches Produkt. Entwickeln Sie sich vom Vermittler zum Berater, Coach, Trainer oder Finanzplaner.

Wichtig: Holen Sie sich externe Unterstützung und eine objektive Meinung von außen ein. Das kann auch in Form eines Maklerstammtischs geschehen.



DEMOGRAFIE, KI, NACHHALTIGKEIT & CO.

6 Megatrends – und wie sie den Versicherungsvertrieb verändern ▶



UMFRAGE, TEIL 1

Diese Lehren ziehen digitale Vorreiter aus dem Corona-Jahr 2020 ▶

Spezialisierung

Es ist ein alter Hut: Spezialisieren Sie sich! Dabei spielt es übrigens keine Rolle, ob Sie sich für eine oder mehrere Zielgruppen oder für einen Produktfokus entscheiden. Bei beiden Spezialisierungen geht es um einen Expertenstatus, den Sie sich aufbauen. Beim Zielgruppenfokus geht es eher um ein Breitenwissen. Beim Produktfokus benötigen Sie Tiefenwissen, um sich abzuheben. In beiden Fällen benötigen Sie Know-How, das ihre Konkurrenz nicht hat.

Sie benötigen in beiden Fällen auch ein Netzwerk. Als Zielgruppenspezialist brauchen Sie das Netzwerk, um themen- oder spartenbezogene Empfehlungen auszusprechen. Beim Produktfokus benötigen Sie vielfach ein Netzwerk, das Ihnen Kundinnen und Kunden anträgt. Das können Maklerkollegen oder Steuerberater sein.

Wichtig: Denken Sie daran, dass Sie bei beiden Spezialisierungen am Ende Menschen unterstützen und beraten.

Neue Kundenansprache

Entwickeln Sie ausgehend von Ihrem Geschäftsmodell und Ihrer Positionierung neue Kundenansprachen. Nutzen Sie die verschiedenen (digitalen) Kanäle, die zu Ihrer Zielgruppe passen. Probieren Sie Events aus. Sicher, in Corona-Zeiten ist das schwieriger als zu normalen Zeiten. Aber Events sind eine tolle Möglichkeit, sich zu präsentieren, Netzwerke zu initiieren und mit Interessenten auf angenehme Weise in Kontakt zu kommen. Denkbar sind auch Events zur Wissensvermittlung, gern auch als Webinar.

Denken Sie über Content Marketing nach, um Ihre Expertise zu demonstrieren und Zusatznutzen für ihre Kundinnen und Kunden zu stiften. Kommunizieren Sie nutzerorientiert und einzigartig. Niemand schließt eine Berufsunfähigkeit ab, nur weil sie bei Facebook einen gesponsorten Beitrag über die Wichtigkeit einer Berufsunfähigkeitsversicherung posten.

Wichtig: Holen Sie sich externe, professionelle Unterstützung und Begleitung.

autor

Stephan Busch und Tom Wonneberger

Stephan Busch und Tom Wonneberger sind Versicherungsmakler aus Dresden.

WERBUNG

- MEHR ZU
- ▶ [BUNTES](#) ▶ [KOLUMNEN](#) ▶ [KUNDENBERATUNG](#) ▶ [VERGÜTUNG](#)
 - ▶ [VERTRIEB](#)

meist gelesen



bAV als unterschätzter Faktor bei der Nachwuchsgewinnung

[BEITRAG LESEN](#) ▶



Zwei Produkte für verantwortungsbewusste Arbeitgeber

[BEITRAG LESEN](#) ▶

[MELDEN](#) ▶ [REGISTRIEREN](#)

[KOMMENTIEREN](#)



Welche Honorarformen ein Berater wählen kann

[BEITRAG LESEN](#) ▶



„Bürgerversicherung ist vom Tisch – sehr gute Nachricht für Vermittler“

[BEITRAG LESEN](#) ▶



Durch den Policenverkauf lassen sich bis zu 15 Prozent über Rückkaufswert erzielen

[BEITRAG LESEN](#) ▶

WERBUNG

hier gibt's insider-tipps

WERBUNG



Pfefferminzia

andsafe

andsafe forum

So geht moderner Vertrieb.

andsafe

andsafe forum

So geht moderner Vertrieb.

WERBUNG

Wertvoll Oder Wertlos?

Was bieten Mehrwert-Services?

Sollten Banken und Versicherungen ergänzende Angebote rund um Themen wie Wohnen und Sicherheit anbieten?

Nehmen Sie an unserer Umfrage teil und erhalten Sie ein Exemplar mit den Studienergebnissen.

Jeden Montag & Donnerstag
DIE FRISCHESTEN BRANCHEN-NEWS!

WERBUNG



[JETZT KOSTENLOS ANMELDEN ►](#)

magazin

[PRINTAUSGABE ODER FLIPBOOK
BESTELLEN ►](#)

kolumnen



Was Jungmakler von Produkten, Vergütung und Maklerbetreuern erwarten

[BEITRAG LESEN ►](#)



Die Tücken der Gesundheitsfragen

[BEITRAG LESEN ►](#)



Die Zukunft der Maklerverwaltungs-Programme

[BEITRAG LESEN ►](#)



Was die heranwachsende Generation der jungen Makler ausmacht

[BEITRAG LESEN ►](#)



Warum sich jeder Vertriebler mit Neuromarketing befassen sollte

[BEITRAG LESEN ►](#)

WERBUNG

der pfefferminzia shop!



In unseren Zielgruppen-Specials „Durchblick“ haben wir uns zum einen den Heilberuflern gewidmet – konkret den Ärzten, Zahnärzten und Apothekern. Zum anderen bringen wir Ihnen die Generation Y näher. Viele **Tipps und Infos von spezialisierten Maklern und Dienstleistern** warten in diesen Heften auf Sie. Jetzt bestellen!

[ZUR BESTELLUNG ►](#)

gütesiegel



05/2021

DAS FACHMAGAZIN FÜR
VERSICHERUNGSHELDEN

Pfeffer minzia

Gesundheitsservices in der BU-Versicherung



NEUE BERATUNGSSCHANCEN FÜR MAKLER



Pfefferminzia

Mediaanalyse 2021



MARKETING RESEARCH TEAM KIESELER

Hohe
Reichweite
Print

(42 %) 6 x p.a.

Pfefferminzia

Mediaanalyse 2021

1.
Platz



Pfefferminzia

[ABONNIEREN](#)

[IMPRESSUM](#)

[DATENSCHUTZERKLÄRUNG](#)

[MEDIADATEN ONLINE](#)

[MEDIADATEN PRINT](#)

[RSS](#)

[ÜBER UNS](#)

Themenübersicht

[arbeit](#)

[gesundheit](#)

[mobilität](#)

[gewerbe](#)

[vertrieb](#)

[vorsorge](#)

[zuhaus](#)

[buntes](#)

[im fokus](#)

© 2013-2021

Pfefferminzia Medien GmbH

Kattunbleiche 31a

22041 Hamburg