

DIGITALE KUNDENREISE

Wie Versicherungsmakler online junge Kunden gewinnen

Die Versicherungsmakler und Generation-Y-Experten Stephan Busch (links) und Tom Wonneberger.

Von Stephan Busch und Tom Wonneberger 10.12.2020 um 19:20

WERBUNG  [ARTIKEL DRUCKEN](#)



 

Wir bieten Ihnen:

- vielfältiges Weiterbildungsangebot im Swiss Life Online Campus
- fachkundige Experten mit Bezug zur Praxis
- über 300 Online-Seminare pro Jahr für Ihren Geschäftserfolg

Jetzt online informieren

© Thomas Schlorke

 **Lesedauer: ca. 03:00 Min**

Die meisten Deutschen – auch junge Leute – schließen Finanzprodukte nach wie vor offline ab. Allerdings suchen sie online, bevor sie sich für einen Anbieter entscheiden. Die Versicherungsmakler und Generation-Y-Experten Stephan Busch und Tom Wonneberger zeigen anhand eines Beispiels, wie eine digitale Kundenreise aussehen kann.

WERBUNG



Maria, 24 Jahre jung, seit einem Jahr im Job als Ingenieurin bei einem Mittelständler, scrollt durch ihren Newsfeed bei Facebook. Da sieht sie folgenden gesponsorten Beitrag:





Quelle für alle Grafiken: Progress Finanzplaner

Maria findet das lustig und klickt auf den lachenden Smiley. Sie reagiert auf unsere bezahlte Werbeanzeige. Nun können wir sie regelmäßig mit Anzeigen adressieren. Sie sieht regelmäßig witzige, unterhaltsame oder provokante Beiträge von uns. Mal reagiert sie, mal reagiert sie nicht. Noch ist Maria eine Unbekannte für uns.



Ein Jahr später überlegen Maria und ihre Freundin, zu heiraten. Sie tritt also in eine neue Lebensphase ein. Wir wissen davon freilich (noch) nichts. Allerdings sieht sie nun regelmäßig Beiträge zum Thema Heirat und Finanzen von uns. Das sind Fragen, Tipps oder Lustiges.



Maria und ihre Freundin haben den Standesamtstermin. Die Sache wird also ernst. Damit steigen auch eine gewisse Unsicherheit und ein Bedarf nach Informationen rund ums Thema gemeinsame Finanzen. Spätestens jetzt macht sie sich auch ganz generell Gedanken über ihre Absicherung. Da sie uns bereits mehrfach auf Facebook und Instagram gesehen hat, schaut sie sich mal auf unserer Firmenseite um. Dabei entdeckt sie zahlreiche Beiträge, die auf unseren Blog verweisen. Sie ist nun eine Besucherin.



Auf unserem Blog findet sie zahlreiche Beiträge zum Thema Finanzen und Versicherungen. Leicht und locker geschrieben, ergänzt um Illustrationen und Infografiken. Das gefällt ihr und sie trägt sich zunächst in den Newsletter ein. Sie bekommt nun einmal monatlich ein Update zu Finanzen und Versicherungen und eine Auswahl an spannenden Beiträgen.



Es ist soweit, Maria und ihre Freundin geben sich das Ja-Wort. Durch die Hochzeitsvorbereitungen ist das Thema Geld zwar präsent, aber die Versicherungsthematik etwas nach hinten gerutscht. Das ist aber nicht schlimm. Sie erhält weiterhin regelmäßig unseren Newsletter und sieht uns in den sozialen Medien. Die beiden beschließen, ihre nun gemeinsamen Finanzen nach den Flitterwochen anzugehen. Auch Marias Frau hat sich parallel informiert. Sie vergleichen beide ihre Ergebnisse und fragen dazu noch ihre Freunde. Sie sind nun ein Lead.



Sie sehen auf unserer Website und dem Blog, dass wir über 100 sehr positive Bewertungen auf Proven-Expert haben. Das ist schon mal ein gutes Indiz. Sie sehen, dass die Kontaktaufnahme denkbar einfach gestaltet ist. Entweder schreiben sie uns über das Kontaktformular, eine E-Mail oder buchen direkt or € n r ✓ € cheidet sich jedoch recht spontan auf dem Weg

zur Arbeit, uns eine Facebook-Nachricht zu schreiben.

Sie bekommt eine automatische Antwort, dass wir grad nicht am Platz sind uns aber gleich drum kümmern. 13 Minuten später bekommt sie eine Antwort von uns. Wir erklären ihr kurz, dass wir uns über ihre Anfrage total freuen und der einfachste Weg zu uns über unseren Online-Terminplaner ist. Den Link schicken wir ihr auch mit. Marias Frau hat parallel an ihren Versicherungsmenschen eine E-Mail geschrieben, der schon ihre Eltern betreut.



Die beiden schauen sich noch einmal online unseren Leistungskatalog und das Honorarsystem an und stellen fest, dass es genau das ist, was sie gesucht haben. Die beiden haben ein sehr gutes Gefühl. Nach der Tagesschau setzen sie sich nochmal zusammen und buchen online ihren Wunschtermin fürs Kennenlernen per Video. Sie bekommen sofort eine Terminbestätigung und speichern sich den Termin in ihren Outlook-Kalender ein.



Vier Tage später kriegt Marias Frau eine Antwort auf ihre E-Mail-Anfrage. Der Versicherungsmensch möchte telefonisch einen Termin mit ihr abstimmen und bittet um einen Rückruf. Sie wird ihn nie anrufen.

Einen Tag vor dem virtuellen Kennenlernertermin bekommen die beiden eine E-Mail mit den Zugangsdaten für das Videogespräch. In dem Gespräch lernen sie unser Beratungs- und Vergütungssystem kennen. Außerdem können sie schon einige Fragen loswerden. Sie entscheiden gemeinsam, dass sie die richtigen Berater für ihr Anliegen – ihre Finanzen und Versicherungen ganzheitlich zu ordnen – gefunden haben und buchen wieder online den Interview-Termin.

Hier noch einmal die gesamte Customer Journey:



Über die Autoren

Stephan Busch und Tom Wonneberger sind Versicherungsmakler und Inhaber der Progress Finanzplaner aus Dresden | <https://www.progress-fp.de>



autor

Stephan Busch und Tom Wonneberger

Stephan Busch und Tom Wonneberger sind Versicherungsmakler und Inhaber der Progress Finanzplaner aus Dresden.

MEHR ZU

- ▶ [BUNTES](#) ▶ [KOLUMNEN](#) ▶ [KUNDENBERATUNG](#) ▶ [VERTRIEB](#)
- ▶ [GENERATION Y](#)

kommentare

o Kommentare

- ▶ [ANMELDEN](#) ▶ [REGISTRIEREN](#)

[KOMMENTIEREN](#)

WERBUNG



meist gelesen



bAV als unterschätzter Faktor bei der Nachwuchsgewinnung

[BEITRAG LESEN](#) ▶



Zwei Produkte für verantwortungsbewusste Arbeitgeber

[BEITRAG LESEN](#) ▶



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](#) ▶

hier gibt's insider-tipps

WERBUNG

WERBUNG

 Pfefferminzia

 andsafe

andsafe forum

So geht moderner Vertrieb.

andsafe

andsafe forum

So geht moderner Vertrieb.

WERBUNG



Jeden Montag & Donnerstag

WERBUNG



Pfefferminzia

DIE FRISCHESTEN BRANCHEN-NEWS!



[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

WERBUNG



Pfefferminzia



Pfefferminzia

Mediaanalyse 2021



**Hohe
Reichweite
Print**

(42 %) 6 x p.a.

Pfefferminzia

1.

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