

Kolumne

Wie Makler beim ersten Eindruck alles richtig machen

Für den ersten Eindruck hat man keine zweite Chance, sagt der Volksmund. Allerdings: Junge Menschen haben andere Anforderungen an den ersten Eindruck, als beispielsweise Menschen in ihren Fünfzigern. Um bei der Generation Y schon im ersten Anlauf zu punkten, geben die Versicherungsmakler Stephan Busch und Tom Wonneberger in ihrer Kolumne einige Impulse entlang der Customer Journey.

Der digitale erste Eindruck

Es ist mittlerweile kein Geheimnis mehr, dass sich die meisten vorab online über alles Mögliche informieren. Natürlich auch über einen möglichen neuen oder ersten Versicherungsmakler. Oftmals geht der erste Blick dann jedoch nicht auf die Homepage, sondern in die sozialen Netzwerke: Facebook (fast schon oldschool), Xing (irgendwas mit Business), Twitter (eher elitär), Instagram (hübsche Bilder!), Youtube (da ist fast niemand aus der Branche), Snapchat (eher für die Generation Z). Ob man auf jeder Plattform vertreten sein muss, darf bezweifelt werden. Wenn man aber auf einer Plattform präsent ist, sollte man sich mit den Mechanismen und ungeschriebenen Regeln auseinandersetzen. Also im besten Fall sowieso dort aktiv sein. Es handelt sich um „Aufmerksamkeitsökonomien“, das heißt, relevant ist nur, was Aufmerksamkeit erzeugt. Es sollte dynamisch und aktuell sein. Wichtig: Die Regeln (Algorithmen) ändern sich ständig. Wer wirklich in der oberen Liga mitspielen möchte, braucht Zeit oder externe Unterstützung.

Homepage und Terminvereinbarung

Eine Homepage sollte ein modernes und zeitgemäßes Design haben. Hallo, 1999? Auf Wiedersehen! Da sich auch hier die Sehgewohnheiten schnell ändern, gilt meist: Weniger ist mehr. Weniger Text, weniger Infos, weniger Buttons, weniger Schriftarten, weniger buntes Zeug. Wir neigen dazu, so viel wie möglich an Leistungen, Produkten und so weiter online zu präsentieren. In der Regel guckt sich das kein Mensch an. Wichtig ist doch: Sie sollen kompetent und sympathisch wirken. Der User soll sich angesprochen und abgeholt fühlen. Hochwertige, aber authentische Fotos von Ihnen, Ihrem Team und der Beratungsumgebung kommen immer gut an. Kundenstimmen, Testimonials und Bewertungen zeigen: Hier hat jemand Erfahrung. Gerade junge Menschen möchten auf Augenhöhe kommunizieren. Dazu gehören Empathie und Humor. Zeigen Sie das! Ein

Kontaktformular ist Standard. Noch besser ist es, wenn Sie die Möglichkeit bieten, online direkt einen Termin mit Ihnen zu vereinbaren.

Der analoge erste Eindruck

Beratung sollte aus unserer Sicht im Büro stattfinden. Gerade junge Menschen finden es problematisch, wenn der „Versicherungsonkel“ zu Hause auf der Couch Platz nimmt. Von ganz wenigen Ausnahmen mal abgesehen. Bevor es ins Büro geht, kommt der Kunde davor an. Manch einer hat vielleicht einen eigenen Kundenparkplatz. Aber gerade in der Stadt nimmt die Bedeutung des Fahrrads deutlich zu. Super wäre es also, wenn Sie passende Abstell- und Anschlussmöglichkeiten, wie zum Beispiel einen Bügel haben. Lange Wartezeiten im Eingangsbereich werden abgestraft. Im schlimmsten Fall liegen noch drei uralte Zeitschriften zerknittert lieblos irgendwo rum.

Wohlfühlambiente

Im Büro sollte ein modernes Wohlfühlambiente herrschen. Da kann Kunst regionaler Künstler/innen hängen oder Fotos eigener Veranstaltungen Emotionen zeigen. Angenehm ist es, wenn man sich (nach der Fahrradfahrt) frisch machen kann. Bieten Sie im Bad doch Deo, Kaugummis und Cremes an. Steigern Sie so das Wohlbefinden Ihrer Gäste. Gerade im WC verspielen zahlreiche Firmen, mit Kundenbesuch, den guten ersten Eindruck. Das ist im besten Fall lieb- und schmucklos. Heben Sie sich hier ab und bleiben Sie ohne viel Aufwand positiv in Erinnerung.

Die Beratungsumgebung sollte einladen, über unangenehme Themen zu sprechen. Thematisch passende Fragen oder Zitate helfen, sich einzustimmen und regen zum Nachdenken an. Zur Zielgruppe passende Bücher im Regal und entsprechende Technik zeigen Verbundenheit und Interesse. Bieten Sie kleine Snacks und Getränke an. In Zeiten, in denen vor allem jüngere Menschen auf ihre Ernährung und die Herkunft der Produkte achten, lohnt es sich, auf regionale, faire, nachhaltige Produkte umzustellen. „Möchtest du deinen Kaffee schwarz oder mit Milch?“, fragen die meisten. Denken Sie doch mal über eine Alternative wie Soja-, Reis-, Mandel- oder Hafermilch nach. Das ist gut für Allergiker und die Umwelt.

Ihr Beratungsgespräch kann nun beginnen.

Dieser Artikel erschien am **10.04.2019** unter folgendem Link:
<https://www.pfefferminzia.de/kolumne-wie-makler-beim-ersten-eindruck-alles-richtig-machen/>