

SPEZIALISIERUNG, KUNDENANSPRACHE, HONORARE

Mit diesen Strategien meistern Vermittler künftige Herausforderungen

Von Stephan Busch und Tom Wonneberger

11.02.2021 03:56, aktualisiert am 11.02.2021 03:56

In diesem zweiten Teil unserer Miniserie kommen wir [nach den Megatrends aus Teil 1](#) zu stellen wir Möglichkeiten vor, diese Megatrends zu nutzen.

Geschäftsmodell

Um in dem sich verschiebenden Markt auch langfristig erfolgreich zu sein, braucht es ein Geschäftsmodell-Entwicklung sollte den gleichen Stellenwert im Unternehmen haben, Während die meisten viel im Unternehmen arbeiten, vergessen viele am Unternehmen

Definieren Sie eine klare Zielgruppe beziehungsweise fokussieren sie sich auf ein Produkt Kundennutzen und Ihre Alleinstellungsmerkmale. Legen Sie klare Prozesse und Standards vorstoßen, wird die Beratung ihr eigentliches Produkt. Entwickeln Sie sich vom Vermittler Finanzplaner.

Wichtig: Holen Sie sich externe Unterstützung und eine objektive Meinung von außen & Maklerstammtischs geschehen.

Spezialisierung

Es ist ein alter Hut: Spezialisieren Sie sich! Dabei spielt es übrigens keine Rolle, ob Sie sich für einen Produktfokus entscheiden. Bei beiden Spezialisierungen geht es um einen Experten Zielgruppenfokus geht es eher um ein Breitenwissen. Beim Produktfokus benötigen Sie Fällen benötigen Sie Know-How, das ihre Konkurrenz nicht hat.

Sie benötigen in beiden Fällen auch ein Netzwerk. Als Zielgruppenspezialist brauchen Sie spartenbezogene Empfehlungen auszusprechen. Beim Produktfokus benötigen Sie vielf

und Kunden anträgt. Das können Maklerkollegen oder Steuerberater sein.

Wichtig: Denken Sie daran, dass Sie bei beiden Spezialisierungen am Ende Menschen ur

Neue Kundenansprache

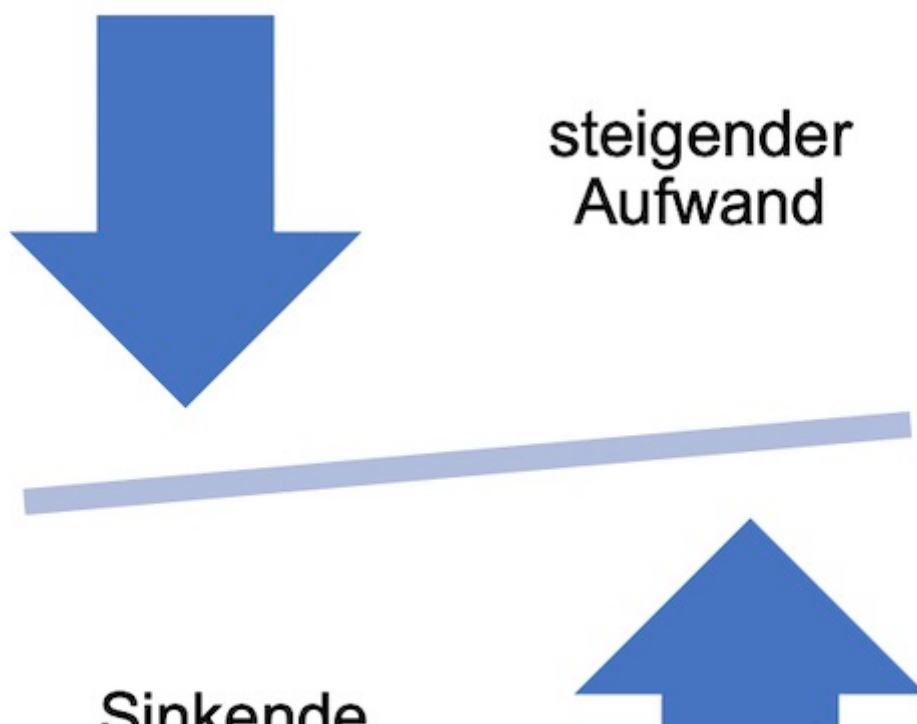
Entwickeln Sie ausgehend von Ihrem Geschäftsmodell und Ihrer Positionierung neue Ku verschiedenen (digitalen) Kanäle, die zu Ihrer Zielgruppe passen. Probieren Sie Events at schwieriger als zu normalen Zeiten. Aber Events sind eine tolle Möglichkeit, sich zu prä Interessenten auf angenehme Weise in Kontakt zu kommen. Denkbar sind auch Events Webinar.

Denken Sie über Content Marketing nach, um Ihre Expertise zu demonstrieren und Zusu zu stiften. Kommunizieren Sie nutzerorientiert und einzigartig. Niemand schließt eine E Facebook einen gesponsorten Beitrag über die Wichtigkeit einer Berufsunfähigkeitsvers

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

Honorar

Wenn der Aufwand steigt, die Erträge aber sinken, kann ein Honorar oder eine Servicege auf den Premiumbereich setzen, sollte ein Honorarkonzept Teil des Geschäftsmodells w Ausgleich oder Ersatz der wegfallenden Courtagen an.





Quelle: Progress Finanzplaner

Argumentieren Sie jedoch wiederum nutzenorientiert: Warum genau sollte Ihr Kunde ein Mehrwert stiften Sie? Lassen Sie sich solche nutzenzentrierten Leistungen, die nichts anderes zu tun haben, vergüten.

Wichtig: Das ganze Honorarmodell muss transparent und verständlich sein. Dabei ist es Honorarvermittlung, ein stundenbasiertes oder ein volumenabhängiges Modell wählen

Nachhaltigkeit

Im ersten Teil dieser Serie haben wir ja geschrieben, dass es fahrlässig wäre, sich nicht zu befragen Sie doch in einem ersten Schritt Ihre Kundinnen und Kunden nach deren Prioritäten. Vielleicht spielt das ja bereits für viele eine größere Rolle, als Sie bis dato gedacht haben

Wählen Sie Anbieter und Produkte aus. Sprechen Sie mit Ihren Maklerbetreuern. Die meiste Menge in diese Richtung. Gestalten Sie Ihren Maklerbetrieb nachhaltig und gehen Sie Mitarbeiter, Kunden und Partner ins Boot und sensibilisieren Sie sie. Holen Sie sich geeignete Ermittlung und Umsetzung von Maßnahmen.

Wichtig: Tue Gutes und sprich darüber! Kommunizieren Sie deshalb Ihre Maßnahmen. Ist geeignet: Es ist ein relevantes Thema und ist authentisch.

Digitalisierung

Das ist auch ein alter Hut. Wir möchten dennoch ein paar Denkanstöße dazu geben. Die Digitalisierung sind gute analoge Prozesse und Standards. Es gilt: Aus schlechten Prozessen Prozesse. Beginnen Sie daher mit fachlichen Arbeitsrichtlinien beziehungsweise einem und warum?

Denken Sie daran: Die Digitalisierung ist nicht das Ziel, sondern der Weg beziehungsweise definieren. Digitalisieren Sie redundante Aufgaben. Bieten Sie Videoberatung an. Erweitern Sie E-Mail-Korrespondenz. Sammeln Sie Daten, um sie auch zu nutzen – und nicht nur um des Sars

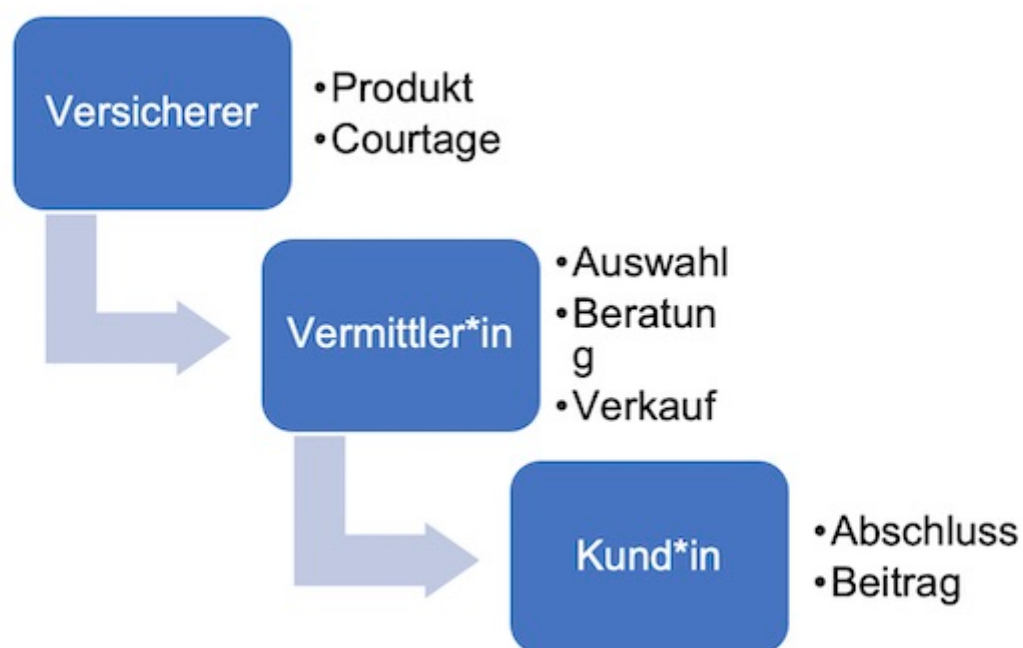
Wichtig: Gute Digitalisierung hilft Ihnen dabei, mehr Zeit für das Wesentliche zu haben

Co-Creation

Ok, jetzt wird's ungewöhnlicher. Üblicherweise werden Finanz- und Versicherungsprodukte entwickelt. Danach kommt ein Preisschild und die Courtage dran. Anschließend wird das Ergebnis (z. B. Sie) sollen das Produkt an den Mann und die Frau bringen. Sie suchen dafür Interessenten oder die Kundin schließen ab, bezahlen und hoffen, eine richtige Entscheidung getroffen zu haben. Lohn für ihre Mühen: die Courtage.

Im Ergebnis ärgern Sie sich häufig über unsinnige Produkte oder unzulängliche Bedingungen, unverständliche Produktbeschreibungen und zu hohe Beiträge. Ok, das ist jetzt alles natürlich doch meistens.

Co-Creation versucht einen anderen Weg. Statt Produkte am Bedarf vorbei zu entwickeln, werden Kunden frühzeitig in die Produktentwicklung einbezogen. Im besten Fall entwickeln Versicherer,



Quelle: Progress Finanzplaner

Dafür benötigen Sie zunächst die oben erwähnte Spezialisierung. Sie kennen dann entweder eine Zielgruppe oder warten mit produktspezifischem Tiefenwissen auf. Ab einer gewissen Größe für eine Zielgruppe Speziallösungen entwickeln, die Sie wiederum vom Markt abhebt. Das gleiche gilt für Beratungsleistungen, die Sie gemeinsam mit ihren potenziellen Kunden entwickeln.

Sinn

Sinn oder Neudeutsch „Purpose“ ist der letzte Baustein. Sinn benötigen Sie vor allem zu Mitarbeiter zu gewinnen. Aber selbstverständlich macht sich ein starkes „Warum?“ auch der Serie mehr.

Sinn oder Purpose beantworten die Frage nach ihrem „Warum“. Sinnorientierte Unternehmen in anderen Bereichen wie Gehalt gegen die Großen der Branche keine Chance haben. Auf beleumundet. Sie müssen also andere Qualitäten finden und kommunizieren.

Denken Sie daran: Gerade für die jungen Generationen Y und Z gilt – Sinn schlägt Status: geschätzten Simon Sinek: „Geld beantwortet die Frage, wofür wir arbeiten. Sinn beantw

Im dritten Teil der Serie geht es um die praktischen Pack-ans, die Sie unmittelbar umsetzen:

Über die Autoren

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



Stephan Busch und Tom Wonneberger

Stephan Busch und Tom Wonneberger sind Versicherungsmakler und In

MEHR ZU

► [BUNTES](#) ► [KOLUMNEN](#) ► [KUNDENBERATUNG](#) ► [VERGÜTUNG](#)

► [VERTRIEB](#)