VERSICHERER & FINANZDIENSTLEISTER

# **GRATIS**RATGEBER

MEHR ERTRAG 24

## "UMSATZ-TURBO BESTANDSKUNDE"



Mit diesen 3 einfachen Strategien machen erfolgreiche Finanzdienstleister deutlich mehr Abschlüsse



Der Schlüssel zum Erfolg

# MARKETING AUTOMATION



Lieber Leser,

es freut mich, dass Sie sich diesen Ratgeber geholt haben. Lassen Sie mich gleich auf den Punkt kommen.

Vermutlich geht es Ihnen wie den Meisten in Ihrer Branche. Der Vertriebsdruck steigt, der Wettbewerb wird größer, die Angebote werden vergleichbarer, die Kundenloyalität nimmt ab und der Kampf um neue Kunden ist eröffnet.

Wie soll man da auch noch die Zeit finden sich so um den Kundenbestand zu kümmern, wie man es gerne tun würde, oder es die Kunden erwarten.

Dabei wissen wir alle, dass es 7 Mal einfacher und auch kostengünstiger ist ein Geschäft mit einem Bestandskunden zu machen, als einen Neukunden zu gewinnen.

Das ist alles nichts Neues und dennoch gelingt es bisher nur wenigen Finanzdienstleistern und Versicherungsagenturen das riesige, oft brachliegende Umsatzpotential ihrer Bestandskunden auf smarte Art und Weise zu heben.

Was aber machen diese nun anders und woher nehmen Sie sich die Zeit dafür?

Das Zauberwort heißt Marketing-Automatisierung. Lesen Sie hier die 3 wichtigsten To Do's, wie auch Sie das Umsatzpotential, welches in Ihrer Bestandskundenliste liegt, in Zukunft nutzen werden.

Ich wünsche Ihnen nutzenbringende Erkenntnisse. Ihr Stefan Zengerling



#### Halten Sie regelmäßig Kontakt zu Ihren Kunden

Hand aufs Herz. Wie oft melden Sie sich bei Ihren Kunden?

Nein, ich meine nicht die 20% der Kunden, mit denen Sie sowieso regelmäßig in Kontakt sind. Und ich meine auch nicht die Kunden, die angerufen werden, wenn gegen Jahresende die Produktionszahlen noch nicht stimmen.

Ich meine die breite Masse, die oft als B- und C- Kunde betitelt wird. Die Kunden, die so mit schwimmen, die eher unauffällig sind, weil halt auch gefühlt nichts anliegt.

Aus eigener Erfahrung und vielen Rückmeldungen weiß ich, dass sich Kunden regelmäßigen Kontakt wünschen.

Das ist auch eine wichtige Wertschätzung Ihrem Kunden gegenüber. Gerade in den Zeiten, in denen Vergleichsportale und Apps einen Wechsel des Anbieters immer einfacher machen, ist der regelmäßige und persönliche Kontakt zum Kunden wichtiger denn je.

Natürlich können Sie so einfache, unspektakuläre Dinge machen, wie Newsletter versenden. Manche gratulieren ihren Kunden zum Geburtstag per E-Mail. Aber auch das geht heute schon deutlich besser.

Über Dienstleister lassen sich z. B. zu Jubiläen kleine Kundenpräsente automatisiert verschicken. Ein Anlass zu gratulieren kann auch eine Krankenzusatzversicherung sein, die heute 3 Jahre alt wird. Solche oder andere Anlässe lassen sich nutzen, mit den Kunden in Kontakt zu treten und gleichzeitig echte Mehrwerte zu bieten. Z. B. einen Versicherungscheck anzubieten. Das lässt sich mit Checklisten sehr einfach automatisieren und bringt neben dem Mehrwert für den Kunden, für Sie die Chance auf weiteres Geschäft.

Gehen Sie also aktiv auf Ihre Bestandskunden zu, bevor diese, getrieben durch zu wenig Kontakt und häufige Werbung, selbst auf die Idee kommen, Ihre Produkte mit anderen Dienstleistern zu vergleichen.

Bei Allem, was sie tun gilt als wichtiger Grundsatz der nächste Punkt.



#### Versorgen Sie Ihre Kunden nur mit relevanten Informationen

Ich erhalte ca. viermal im Jahr Post von meiner Versicherung.

Schon bei der Betreffzeile wandert dieser Brief dann meistens ins Altpapier, denn der Inhalt ist in den seltensten Fällen relevant für mich. Schade für das Papier und die Zeit.

Ihnen geht das privat oder geschäftlich sicher oft ähnlich. Aber warum ist das so? Weil die meisten Unternehmen, mal abgesehen von Google, Amazon und Facebook, gar nicht wissen, was ihre Kunden wirklich interessiert.

Nun, es fragt halt auch kaum ein Dienstleister, welche Themen für seinen Kunden interessant sind.

Deshalb machen Sie das in Zukunft besser und fragen Ihren Kunden sehr gezielt danach. Moderne E-Mail Marketing- und Umfragetools unterstützen Sie dabei.

Bitten Sie also Ihre Kunden an einer Umfrage teilzunehmen. Kunden lieben das.

Sogar ohne, dass unter den Teilnehmern etwas verlost werden muss.

Wichtig dabei ist, dass die Kunden sehr persönlich angeschrieben werden. Erwecken Sie den Eindruck, dass Sie gerade spontan an Ihren Kunden gedacht haben und ihm daraufhin eine E-Mail schreiben.

In dieser E-Mail kann der Kunde jetzt mit einem einfachen Mausklick eine Rückmeldung geben, welche Themen ihn interessieren und z.B. einen persönlichen Kommentar dazu schreiben. Mit den richtigen Marketingtools bekommt Ihr Kunde jetzt eine Rückmeldung und in Zukunft automatisiert nur noch hochspezifische Informationen, die dann auch wirklich gelesen werden.

Dadurch fühlt sich Ihr Kunde sehr gut betreut und ein Wechsel oder sogar das Abwandern zu einem anderen, vielleicht günstigeren Anbieter wird dem Kunden emotional viel schwerer fallen.

Ein weiterer Vorteil für Sie ist, dass die relevanten Inhalte zu Ihren Produkten und Dienstleistungen nur ein einziges Mal erstellt werden müssen. Diese können Sie dann immer wieder nutzen.

Das bringt uns zum dritten Punkt.

### Tipp Nummer 3

# NUTZEN LIEFERN BEDARF WECKEN

#### Liefern Sie Nutzen und wecken Bedarf

Wäre das nicht schön, wenn Ihr Telefon klingelt, sich einer Ihrer Bestandskunden meldet und um einen Termin bitte, da er gerne eine weitere Versicherung oder Geldanlage bei Ihnen abschließen möchte? Oder noch besser - Ihr Kunde gleich einen der noch wenigen freien Termine für diesen Abschluss automatisiert in Ihrem Kalender bucht.

Und das, obwohl Sie mit Ihrem Kunden in den letzten Monaten gar kein persönliches Gespräch geführt hatten! Das Einzige was Sie dann noch, neben dem Small Talk und einer Tasse Kaffee trinken machen, ist den Antrag auszufüllen und sich für das Vertrauen zu bedanken

Vielleicht denken Sie jetzt, was soll der Unsinn, hör auf zu träumen!? Dabei ist das keine Fiktion, sondern schon gelebte Realität. Bei all den Finanzdienstleistern und Versicherungsagenturen, die die unfassbar genialen Möglichkeiten der Marketing Automatisierung für sich bereits nutzen.

Was ist zu tun, damit das auch bei Ihnen funktioniert? Hier lässt sich von den großen Onlineplattformen eine ganze Menge lernen.

Sie kennen die Situation, dass Sie sich mal für irgendein Produkt interessiert haben und dann, wie von Geisterhand die nächsten Wochen auf jeder Webseite, die sie besuchen, Werbung von genau diesem Produkt zu sehen ist. Auch, wenn Ihr Kopf vielleicht sagt: "Oh man, das ist nervig", verankert sich diese Produktbotschaft in Ihrem Unterbewusstsein. Untersuchungen haben ergeben, dass unser Gehirn mindestens 7 Impulse, also Kontakte und Botschaften mit dem Produkt braucht, bevor wir eine Kaufentscheidung treffen. Geben Sie also auch Ihrem Kunden die notwendigen Impulse. Was ist jetzt zu tun, damit Ihr Kunde gar nicht erst auf die Idee kommt zu denken:" Oh man, das ist nervig"? Sie brauchen unterschiedliche Impulse, am Besten mit klarem Nutzen für Ihren Kunden. Im Idealfall einfach, leicht und schnell zu konsumieren. Wie geht das? Auch sehr einfach. Mit kurzweiligen Infovideos. Hier zeigt sich bei der immer beliebter werdenden Internetplattform Youtube, welche Macht diese Videos mittlerweile haben.



### Tipp Nummer 3

# NUTZEN LIEFERN BEDARF WECKEN

Ich bin mir sicher, auch Sie haben sich schon mal ein Tutorial, also ein Video indem erklärt wird, wie etwas funktioniert oder repariert wird, auf der zweitgrößten Internetsuchmaschine der Welt, Youtube angeschaut.- stimmts?!

Ein weiterer Entscheidungsfaktor sind andere Menschen. D.h. wir haben alle Angst vor falschen Entscheidungen. Also schauen wir gerne, was Andere in ähnlichen Situationen gemacht haben. Bei Amazon, dem wertvollsten Unternehmen der Welt, sehen Sie immer, was andere Kunden sonst noch so kaufen, die sich für das gleiche Produkt interessiert haben.

Für Sie im Umgang mit Ihren Bestandskunden bedeutet das, dass Sie Testimonials brauchen. Kunden, die über ihre erstklassigen Erfahrungen mit Ihnen berichten. Oder über heikle Situationen erzählen, die dann noch mal gut ausgegangen sind. Natürlich nur deshalb gut, weil sie sich von Ihnen haben beraten und absichern lassen. Alle diese Infovideos lassen sich mit den richtigen Marketingtools nicht nur leicht erstellen, sondern auch gezielt und automatisiert an Ihre Bestandskunden verschicken.

Wenn Sie alle diese 3 Tipps in der richtigen Reihenfolge und passenden Dosierung, bedarfsgerecht mit kundenspezifischem Nutzen, in Ihrem Unternehmen umsetzen, dann wird auch Ihr Telefon in ein paar Wochen mit Terminanfragen für Abschlüsse klingeln. – Versprochen!

Im nächsten Kapitel schauen wir uns zwei Möglichkeiten für die weitere Vorgehensweise auf Ihrem Weg zu mehr Ansehen, mehr Freiraum und natürlich mehr Ertrag an.

.



#### Die nächsten Schritte

Das Thema Bestandskundenbetreuung durch clevere Marketingautomation ist für viele mittelständische Unternehmer noch echtes Neuland.

Aber ganz sicher die Zukunft!

Denn die Möglichkeiten das Bestandskunden-Management zu revolutionieren sind wirklich faszinierend. Deshalb warten Sie nicht bis Ihnen die Konkurrenz in ein paar Jahren Meilenweit voraus ist, sondern beginnen Sie jetzt und sichern Sie sich damit Ihren Wettbewerbsvorteil.

Und damit Sie ganz einfach prüfen können, wie sinnvoll diese Strategien auch bei Ihnen eingesetzt werden können, habe ich für Sie eine hilfreiche Checkliste in unserem Mitgliederbereich bereitgestellt.

#### Schritt 1:

Klicken Sie auf den nachfolgenden Button, der Sie zu unserem Mitgliederbereich bringt. Einfach Ihren Namen und die Email Adresse eintragen, an die wir Ihre persönlichen Zugangsdaten senden sollen. Im geschützten Mitgliederbereich finden Sie dann die Checkliste zur Selbsteinschätzung für "Mehr Abschlüsse bei Bestandskunden"

**Zum Mitgliederbereich** 



#### Schritt 2:

Nach Ihrer Selbstauswertung der Checkliste entscheiden Sie einfach, wie sinnvoll es ist, dass Sie sich weiter mit dem Thema beschäftigen.

Allerdings gehe ich davon aus, dass auch Sie zu den mittelständischen Finanzdienstleistern und Versicherungsagenturen gehören, denen die Zufriedenheit ihrer Kunden wichtig ist. Dass Sie gefühlt mehr Arbeit, als Zeit und noch ungenutzte Umsatzpotentiale im Kundenbestand haben. Und wenn Sie einfach automatisiert deutlich mehr Abschlüsse machen möchten, dann lassen Sie uns miteinander sprechen.

Wir führen ein erstes Telefonat und klären, inwieweit ich Sie bei der Einführung Ihrer individuellen Marketing Automatisierung unterstützen kann. Selbstverständlich ist unser Analyse- und Strategiegespräch für Sie kostenfrei und garantiert nicht umsonst. Ich freue mich auf unser Gespräch.

Ihr Stefan Zengerling

Sichern Sie sich gleich Ihren Termin – Jetzt auf den Button klicken und Termin auswählen!

### **Termin anfragen**

Über den Autor:

Stefan Zengerling kommt selbst aus der Finanzdienstleistungsbranche und coacht seit über 20 Jahren Inhaber, Führungskräfte und Mitarbeiter. Er ist Inhaber der Agentur MehrErtrag24 und zertifizierter Unternehmensberater für Marketing Automatisierung.



Impressum:

MehrErtrag24, Stefan Zengerling, Meraner Str. 46a, 90592 Schwarzenbruck Kontakt@MehrErtrag24.de, www.MehrErtrag24.de, Tel.: 09128 / 1519849