



Online-Beratung

Verkaufen übers Netz

Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten nimmt das Interesse an Online-Beratungen zu, da es Zeit und Kosten spart. Die Verwaltungsarbeit für Vermittler ist durch die VVG-Reform stark angestiegen und so manch ein Vermittler droht sich dabei zu verzetteln.

Eine neue Möglichkeit, dieses Problem zu lösen bieten Online-Beratungen. Mit der Beratung übers Web lässt sich der Service schneller und einfacher erledigen. Denn in vielen Fällen ist es unwirtschaftlich, zum Kunden zu fahren, beispielsweise beim Ausfüllen von Schadenformularen oder bei Gesundheitsfragen für KV-Zusatzpolice. Wenn diese Aufgaben schneller online abgewickelt werden, bleibt mehr Zeit für den Verkauf. Außerdem wollen viele Kunden gerne daheim beraten werden, ohne ihre Gastgeberpflichten unter Beweis zu stellen. Doch wie funktionieren damit Organisation, Gesprächsführung und Abschluss? Jemand, der die Spielregeln kennt, berichtet aus der Praxis.

Roland Kirsch, Versicherungsfachwirt und Geschäftsführer von Vertriebsnet Ltd & CoKG (www.vertriebsnet.de), ist seit 1986 in der Finanzdienstleistungsbranche tätig. Als Vertriebscoach kennt er das Verkaufen in der Branche gut. Im Jahre 2005 hat er das Online-Konferenz-

system als Vertriebsturbo entdeckt und sofort damit angefangen, dieses Tool vertrieblich einzusetzen. Seine Erfolge zeigen, dass diese Vertriebsmethode gute Geschäftsergebnisse bringen kann. „Mit Webkonferenzen habe ich bis zu sechs Kaltakquise-Termine täglich geschafft. 85 Prozent der Kunden hören es sich an und 35 Prozent schließen darüber ab.“ Mittlerweile hat er sich komplett auf das Online-Konferenzsystem spezialisiert. Er verfügt über das notwendige Fingerspitzengefühl im Umgang mit dieser neuen Vertriebsmethode und kann seine neuen Kompetenzen gut vermitteln. Deshalb coacht er auch Kollegen, Pools und Vertriebe. Seine These ist, dass Vermittler heute umdenken müssen: „Finanzdienstleister müssen das Internet als Verbündeten nutzen und es nicht als Gegner sehen. Der Kunde kennt Online-Beratungen nicht – und was er nicht kennt, macht ihn neugierig. Außerdem wird der Kunde keinem ‚Unterschreibendruck‘ ausgesetzt, beispielsweise zu einem Treffen ‚Ja‘ zu

sagen, das er gar nicht möchte. Ohne Verkaufsdruck ist die Beratung für den Kunden viel angenehmer. Für den Vermittler kann es allerdings länger dauern, bis er die Unterschrift bekommt.“ Über die technische Ausstattung verfügt jedes Büro: Telefon und Internet.

Erforderlich ist dann noch ein Anbieter für Telefon-, Video- oder Webkonferenzen. Dieser stellt virtuellen Raum, Software und Betreuung bereit. Kirsch nutzt den Düsseldorfer Anbieter CSN (www.csn-gmbh.de), weil diese Profi-Technik im Laufe der Jahre bewiesen hat, dass sie reibungslos funktioniert und leicht verständlich ist. Zudem muss der Kunde keine Anwendungen installieren. Das ist ein wichtiger Punkt, denn dies ist ein häufiger Grund, warum Kunden diese Kommunikationsart verweigern. Wichtig ist, dass für den Kunden die technische Bedienung sicher und einfach ist.

Andere Spielregeln

Einige Tipps von Kirsch: „Man muss alle Inhalte straffen und die Präsentationen nach seinem eigenen Verkaufschema für das Web umbauen. Tödlich ist es, Unterlagen der Gesellschaften zu nehmen, die sind zumeist für das persönliche Verkaufsgespräch gedacht.“ Was müssen Vermittler dabei neu lernen? „Professionelle Gesprächsführung ist das A und O. Man muss lernen, aktiv zuzuhören und an der Stimme arbeiten. Die Bildpräsentationen muss man auf ein einfaches Niveau bringen. In maximal 45 Minuten muss man fertig sein, denn die Konzentration am Bildschirm ermüdet dann. Letztlich muss aber jeder seinen eigenen Erfolgsweg damit finden.“

Kirsch ist regelrecht begeistert von den neuen Möglichkeiten: „Man kann sein Talent damit in 45 Minuten verhundertfachen, zum Beispiel Info-Abende für Kunden. Ja, man kann im Stundentakt bundesweit seine Dienstleistung anbieten. Deshalb nenne ich es die ‚Kunden-Macher-Maschine‘! Beide Parteien haben die Möglichkeit sich langsam und entspannt zu entscheiden, ob sie in Zukunft einen gemeinsamen Weg gehen wollen“.

Weitere Erfolgsrezepte vom Vertriebscoach: „Sich von alten Denkmustern zu verabschieden ist das Wichtigste. Jedem Kunden sollte man etwas Zeit geben, das System kennen zu lernen. Service und Schadensbearbeitung sollte man in jedem Fall darüber abwickeln, das ist

betriebswirtschaftlich sinnvoll. Man sollte nur noch zum Kunden fahren, wenn dieser es wünscht.“

Eine Online-Beratung muss allerdings genauso sorgfältig organisiert und vorbereitet werden wie ein persönliches Meeting. Allerdings gelten für die Online-Beratung andere Spielregeln als beim persönlichen Verkaufsgespräch. Der nachfolgende Mini-Leitfaden zeigt die wichtigsten Punkte auf, damit eine Online-Beratung gelingt:

Vorbereitung: Wenn Sie eine Online-Beratung vorbereiten, gehen Sie vor wie bei einem Meeting: Laden Sie Ihren Kunden ein und verschicken Sie per E-Mail Ihre Einladung an den Kunden, damit sich Ihr Kunde zeitlich und thematisch vorbereiten kann.

Agenda: Schreiben Sie in die Einladung konkrete Angaben zur Online-Beratung:

- Das Thema kann ganz konkret sein, zum Beispiel „Altersvorsorge“
- Oder machen Sie Trends zum Thema: „sichere Kapital-Anlagen“
- Termin, Uhrzeit und voraussichtliche Dauer
- Einwahlnummer für die Telefonkonferenz mit PIN
- Unterlagen, zum Beispiel: Welche Verträge sollen der Kunde bereithalten?

Durchführung: Rufen Sie Ihren Kunden an und eröffnen Sie das Gespräch wie beim persönlichen Warm-up. Bei einer Online-Beratung muss die Gesprächsführung klarer und direkter ausgeübt werden als bei einem persönlichen Treffen. Da nonverbale Kommunikationssignale wie zustimmendes Nicken

Vermittlerrichtlinie

Bundesrat besserte nach

Wichtige Veränderungen hat es bei der „Verordnung über die Versicherungsvermittlung und -beratung“ (VersVermV) gegeben. Nach Angaben des Bundesverbandes Deutscher Versicherungskaufleute e. V. (BVK) sind so die Pläne des Bundeswirtschaftsministeriums, dass Versicherungsunternehmen nur fünf Jahre für Ersatzansprüche von Kunden haften sollten, vom Bundesrat komplett gestrichen worden. „Ein zentrales Ziel des BVK ist dadurch verwirklicht“, kommentiert BVK-Hauptgeschäftsführer Gerd Pulverich die geänderte VersVermV, die am 1. Januar 2009 in Kraft trat. „Die Begleichung etwaiger Vermögensschäden von Kunden ist somit nicht allein von der Zahlungsfähigkeit des Vermittlers abhängig. Dies wäre aber der Fall gewesen, wenn allein die Vermittler bis zu 30 Jahre für Vermögensschäden hätten haften müssen.“ Für Vermittler, die ununterbrochen

seit dem 31. August 2000 Versicherungen vertrieben („Alte Hasen“), fiel zudem die Frist ersatzlos weg, eine Sachkundeprüfung ablegen zu müssen, um sich im Vermittlerregister eintragen lassen zu dürfen. Auch die zunächst vorgesehene einjährige Sperrfrist bei der Sachkundeprüfung für diejenigen, die zwei erfolglose Versuche hinter sich haben, fällt weg. Zudem passt die geänderte VersVermV die Deckungssummen für die Vermögensschaden-Haftpflichtversicherungen an die Preisentwicklung im Euroraum an. Die Mindestversicherungssumme je Schadensfall wurde auf 1,13 Millionen Euro je Versicherungsfall sowie auf 1,7 Millionen Euro für alle Versicherungsfälle eines Jahres festgesetzt. Diese Summen werden ab dem 15. Januar 2013 der Entwicklung des veröffentlichten Europäischen Verbraucherpreisindex und danach alle fünf Jahre angepasst.

fehlen, sind Nachfragen wichtig, um sicher zu gehen, dass der Kunde noch am Gespräch teilnimmt. Allerdings lässt sich dieses Fingerspitzengefühl laut Kirsch trainieren. Aktives Zuhören und prägnante Präsentationsmaterialien sind wichtig, um erfolgreich den Draht zum Kunden zu halten.

Nachbereitung: Eine Telefonkonferenz ist ja nicht nur ein nettes Telefonat, sondern soll Ergebnisse bringen. Notieren Sie alles Wichtige, und geben Sie zehn Minuten vor dem geplanten Ende der Telefonkonferenz eine Zusammenfassung und

fragen Sie Ihren Kunden: Entspricht das Angebot den Erwartungen des Kunden? Gibt es noch Fragen? Fehlt noch was? Soll ein Folgetermin festgelegt werden?

Mitschnitt: Bereiten Sie die Technik so vor, dass Sie Ihrem Kunden einen Mitschnitt der Online-Beratung als Wave-Datei mailen können. Dies sichert Sie ab bezüglich der VVG-Reform zur Dokumentationspflicht.



Claudia Hilker ist freie Journalistin aus Düsseldorf.