

Erfolgreiche Kundenansprache mit Qualitätsleads



Leads sind nur dann interessant, wenn sie valide und exklusiv sind und schnell beim Vermittler ankommen. Damit wächst die Chance, den Interessenten aus dem Internet auch tatsächlich als Kunden zu gewinnen. Der Leadanbieter PowerLeads geht diesen Weg.

Von Oliver Hanke, Geschäftsführer von powerleads.de

Versicherungsvermittler zu sein, ist in der heutigen Zeit nicht eben einfach. Denn um dauerhaften Erfolg zu haben, muss ein Vermittler einen großen Teil seiner Arbeitszeit in die Akquise von neuen Klienten investieren. Beratung und Vermittlung von Versicherungen, Vorsorge und Finanzprodukten – also das Kerngeschäft an sich – leiden unter dieser Notwendigkeit. Zumal umfangreiche Akquisebemühungen, auch wenn sie noch so gut geplant sind und mit vollem Einsatz des Vermittlers durchgeführt werden, nicht unbedingt den gewünschten Erfolg zeitigen. Wie also sollen, an den zu vermittelnden Produkten interessierte Kunden gefunden und erfolgreich angesprochen werden? Eine Lösung liegt im Kauf von hochwertigen Leads, also validen Datensätzen von Verbrauchern, die einen eindeutigen Beratungswunsch zu einem Versicherungs- oder Finanzprodukt haben.

Moderne Zeiten ändern die Kundenansprache

Ein Hauptproblem bei der Kundenansprache ist erst in den letzten Jahren entstanden. Im modernen Internetzeitalter wenden sich Verbraucher mit ihren Beratungswünschen häufig nicht mehr an den Vermittler, sondern suchen Rat im Internet. Meist wird die Bezeichnung des gesuchten Produktes oder der gewünschten

Versicherung mithilfe einer Suchmaschine, beispielsweise Google, gesucht. Hierin liegt jedoch auch gleichzeitig die Lösung für mehr Erfolg in der Kundenansprache. Denn inzwischen hat sich, speziell für die Versicherungs- und Finanzbranche, ein eigener Markt für Leads von Kunden entwickelt, die sich gezielt auf der Suche nach Versicherungen und Finanzprodukten befinden.

Dieser Leadmarkt wird sich in Zukunft weiterentwickeln und bei Versicherungsmaklern und Vermittlern einen immer wichtigeren Stellenwert einnehmen. Gleichzeitig findet der Handel mit validen Datensätzen in einem sich selbst regulierenden Markt statt, der Teilnehmer, die mit hochwertigen Leads handeln, belohnt und die übrigen abstößt. Somit ist die Qualität des einzelnen Datensatzes nicht nur für den Vermittler, sondern auch für den Händler das Wichtigste.

Leadqualität muss hohen Ansprüchen genügen

Wie diese Qualität aufgebaut und gleichbleibend gehalten werden kann, zeigt das Tagesgeschäft PowerLeads. Hier dreht sich alles um Datensätze aus den verschiedensten Versicherungs- und Vorsorgebereichen, die den hohen Ansprüchen von Vermittlern genügen. Um die Qualität jedes einzelnen Leads zu gewährleisten, betreibt PowerLeads eigene, suchmaschinenoptimierte Online-Portale, auf denen Datensätze von Nutzern mit explizitem Beratungswunsch generiert werden. Gleich-

zeitig muss für den Vermittler sichergestellt sein, dass ihm, und nur ihm, der einzelne Datensatz zur Verfügung steht und dies rasch nach der Abgabe des Beratungswunsches durch den Kunden. Denn ein Lead-Dienstleister, der seine Leads mehrfach an verschiedene Vermittler verkauft, drängt sich selbst vom Markt. Gleiches gilt, wenn eingehende Leads vor der Weitergabe nicht sorgfältig validiert werden oder lange Zeit in der Datenbank verbleiben, bevor sie den Geschäftspartner erreichen. Solche Datensätze minderer Qualität sind ihr Geld nicht wert und verärgern sowohl den Vermittler als auch den Endkunden. Darum liegt das Augenmerk von PowerLeads darauf, Leads einmalig und exklusiv anzubieten sowie eingehende Datensätze trotz sorgfältiger Prüfung rasch an die Geschäftspartner weiterzugeben.

Der User, der im Internet nach dem gewünschten Produkt mithilfe einer Suchmaschine sucht, gelangt auf das entsprechende Fachportal von PowerLeads und erhält dort einen ersten Einblick sowie weiterführende Informationen zu dem entsprechenden Komplex. Hierbei wird er aber auch auf die Notwendigkeit einer gesonderten Fachberatung für seinen individuellen Einzelfall hingewiesen. Um diese zu erhalten, füllt er das zugehörige Kontaktformular aus und bestätigt die strengen Datenschutzrichtlinien. Dieser Beratungswunsch des Users geht nun als Lead bei PowerLeads ein und wird dort verarbeitet.

Reine „Spaßanfragen“ und Beratungswünsche unter falschem Namen werden bei PowerLeads bereits bei der Validierung aussortiert. Hierzu werden die vom Nutzer angegebenen Daten mit bestehenden Telefonbucheinträgen abgeglichen und zusätzlich einer genauen Sichtprü-

Leadkauf in der Sparte Berufsunfähigkeitsversicherung

Sparte	BU
Leadpreis	69 Euro
MwSt.	19%
Gesamtpreis	82 Euro
Anzahl der Leads nach Reklamation	25
Gesamtkosten Leads	2.053 Euro
Abschlussquote	35%
Anzahl der Abschlüsse	8,75
Monatsbeitrag	75 Euro
Laufzeit in Jahren	30
Bewertungssumme	27.000 Euro
Provisionsatz in %	4,3%
Provisionsertrag pro Vertrag	1.161 Euro
Provisionertrag für alle Abschlüsse	10.159 Euro
abzügliche Leadkosten	2.053 Euro
Gesamtertrag aus dem Leadkauf	8.106 Euro

Die Beispielrechnung von PowerLeads zeigt, wie viel ein Vermittler unter bestimmten Annahmen mit dem Kauf eines Leads im Bereich der Berufsunfähigkeit Erlösen kann.
Quelle: powerleads.de

fung unterzogen. Zusätzlichen Service bieten die erweiterten Leadsparten, hier ist beispielsweise auch die Vortermiierung für den Erstkontakt zwischen Vermittler und Endkunden buchbar. Ebenso wichtig wie die gründliche Validierung ist auch die Schnelligkeit ihrer Weitergabe. Schließlich wünscht der Endkunde nach der Dateneingabe eine rasche Kontaktaufnahme zum Anknüpfen an seinen Beratungswunsch. Deshalb gibt PowerLeads Datensätze schnellstmöglich weiter. So vergehen nur wenige Stunden zwischen Dateneingabe und einem möglichen Erstkontakt zwischen Geschäftspartner und Endkunden.

Erfolgreiche Vermittlung durch Leadkauf

In diesem Zusammenhang wird auch die Überlegenheit der Arbeit mit Leads, im Vergleich zu sonstigen Akquisemethoden, besonders deutlich: Denn im Gegensatz zu Werbung und anderen Möglichkeiten der Kaltakquise entsteht durch den Leadkauf ein direkter Kontakt zwischen Vermittler und möglichem Endkunden. Da die wenigsten Verbraucher aus einer Laune heraus eine qualifizierte Beratung zu einem komplexen Finanz- oder Versicherungsprodukt anfordern, ist also die Wahrscheinlichkeit hoch, dass ein Vermittler durch einen validierten Lead mit einem Kunden in Kontakt tritt, dem er das gewünschte Produkt erfolgreich vermitteln kann.

Gleichzeitig ist der Leadmarkt ein Spiegelbild der aktuellen Entwicklungen im Vorsorge- und Finanzbereich, denn hier lassen sich die Reaktionen von Verbrauchern auf Veränderungen genau verfolgen. Hatte beispielsweise wenige Monate vor der Einführung der Unisex Tarife die Nachfrage nach fachkundiger Beratung und Vermittlung von privaten Krankenversicherungen enorme Höhen erreicht, lässt sich nun ein gesteigertes Interesse nach Vorsorgeprodukten, etwa der Berufsunfähigkeitsversicherung, klar ablesen. Durch die verstärkte Präsenz der Thematik in den Medien haben inzwischen viele Verbraucher erkannt, wie wichtig eine wirksame Absicherung des eigenen Berufseinkommens ist.

Chancen des Leadmarkts

Wie man sieht, eröffnet der wachsende Leadmarkt Maklern neue Chancen für mehr Beratungs- und Vermittlungserfolg. So tun Vermittler gut daran, den Leadmarkt im Auge zu behalten. Denn hier zeigt sich sehr direkt, welches Versicherungs- oder Finanzprodukt momentan im Fokus des Verbraucherinteresses steht. Vor allem wird jedoch durch die Möglichkeit, interessierte Verbraucher ohne Umwege an ihrem Beratungswunsch abzuholen, ein weites Feld für Neugeschäft und die Akquise von künftigen Bestandskunden geschaffen. Gleichzeitig rückt durch die Arbeit mit validen Leads für den Vermittler wieder seine eigentliche Tätigkeit in den Mittelpunkt: die umfassende Beratung von Klienten und die erfolgreiche Vermittlung von Finanz- und Versicherungsprodukten. Makler und Vermittler sollten darum die Chancen, welche durch die Zusammenarbeit mit einem verlässlichen Lead-Dienstleister entstehen, für ihren Erfolg in der Kundenansprache nutzen. ■