

## Wie viel ist ein Bestandskunde im Jahr wert?

**In der Versicherungsbranche steht die Digitalisierung von Geschäftsprozessen im Mittelpunkt aktueller Diskussionen. Für Versicherungsmakler macht eine schlanke Verarbeitung von Geschäftsvorfällen unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten Sinn. Wenn es um den Kunden, also um den Bestand geht, stehen aber andere Ziele im Mittelpunkt.**

Versicherungsmakler können heute viele Vorgänge schnell per E-Mail oder Extranet an Versicherer kommunizieren. Dunkelverarbeitungen bei Dokumentierungen setzen sich immer mehr durch. Die zunehmende Digitalisierung – vor allem in der Kommunikation zwischen Versicherer und Versicherungsmakler – bietet die Chance, das Maklerunternehmen wirtschaftlicher zu führen.

Wenn es um den Kunden, also um den Bestand geht, stehen aber andere Ziele im Mittelpunkt. Hier geht es nicht nur darum, den Kunden schnell und schlank zu informieren. Zielsetzungen sind, das Kunden-Vertrauen in das Maklerunternehmen und dessen Dienstleistungen zu steigern. Dem Kunden die eigene Kompetenz aufzuzeigen. Das Maklerunternehmen zur Marke auszubauen. Kundenzufriedenheit zu steigern und eine bessere Kundenbindung zu erzielen. Denn Kunden mit ihren Versicherungsverträgen sind das wertvollste betriebliche Vermögen eines Versicherungsmaklers.

Für Versicherungsmakler stellt sich daher die Frage, wie erreiche diese Ziele? Was möchte der Kunde? Gute Preise erwartet der Kunde heute sowieso. Der Kunde möchte vor allem Vertrauen zu seinem Versicherungsmakler haben. Er möchte das Gefühl haben, dass sein Makler kompetent ist, sich laufend kümmert sowie zuverlässig und fair berät. Der Kunde möchte das Gefühl haben, ich als Kunde bin meinem Makler wichtig. Mit Marketingmaßnahmen – wie mit einer eigenen Kundenzeitung – können Versicherungsmakler beim Kunden genau diese Ziele erreichen. Und das lohnt sich.

Neukunden zu gewinnen, ist um ein Vielfaches teurer, als Bestandskunden erfolgreich zu pflegen. In vielen Maklerunternehmen ist die Vertragsstückzahl je Kunde noch deutlich ausbaufähig. Es kann also auch Wachstum aus dem Bestand generiert werden. Das setzt eine gute Kundenpflege, regelmäßige Kunden-Kommunikation und eine systematische Bestandsbearbeitung voraus. Die Kundschaft eines Versicherungsmaklers ist lebendig, aktiv und miteinander vernetzt. Da lohnt es sich, auf allen Kommunikationskanälen regelmäßig präsent zu sein.



Thomas Bethke © Elfriede Liebenow  
Versicherungsbetriebswirt/DVA

Unternehmer wissen, dass Investitionen in die Qualifizierung von Mitarbeitern oder in die IT notwendig sind, um einen Betrieb erfolgreich zu führen. Unternehmerisch denkende Versicherungsmakler wissen aber auch, dass Investitionen in den Kunden, also in den Bestand, erforderlich sind, um auf Dauer erfolgreich zu sein.

Wieviel ist ein Bestandskunde wert? Würden Sie als Versicherungsmakler jährlich 5 Euro in einen Kunden investieren?

Die gute Nachricht lautet, soviel Aufwand ist gar nicht erforderlich.

Weitere Informationen erhalten Versicherungsmakler auf Anfrage.

**Pressekontakt:**

Thomas Bethke

Telefon: 040 / 642 08 - 148

E-Mail: [info@v-aktuell.de](mailto:info@v-aktuell.de)

**Unternehmen**

V-aktuell

Meiendorfer Rund 40

22145 Hamburg

Internet: [www.v-aktuell.de](http://www.v-aktuell.de)