

5 gute Gründe für ein eigenes Kundenmagazin - Wie Versicherungsvermittler erfolgreich Flagge zeigen



Thomas Bethke Versicherungsbetriebswirt/DVA

© V-aktuell

„Ach! Unfallversicherungen machen Sie auch?“ Solche und ähnliche Aussagen hörte Thomas Bethke in seiner Anfangszeit als Versicherungsmakler häufiger. Ihm wurde schnell deutlich, dass die Kunden-Kommunikation verbessert werden musste.

Aus praktischen Erwägungen heraus sollten die regelmäßigen Kunden-Informationen systematisiert werden. So entstand die Idee, eine eigene Kundenzeitung zu entwickeln. V-aktuell wurde geboren und mauserte sich in den folgenden Jahren zu einem erfolgreichen Kooperationsmodell. Heute ist V-aktuell der Spezialist für haptische und digitale Kundenzeitungen von Versicherungsvermittlern.

Welche Gründe gibt es heutzutage für Vermittler, Kunden mit einem eigenen Kundenmagazin zu informieren?

1. Ein Kundenmagazin ist ein professionelles Medium für die Öffentlichkeitsarbeit

Neben dem Bestreben, Kunden und Interessenten gut zu informieren und immer auf dem Laufenden zu halten, geht es vor allem darum, Vertrauen aufzubauen. Nur so funktionieren Geschäftsbeziehungen auf Dauer erfolgreich. Dieses gilt auch und vor allem für Beziehungen in der Versicherungsbranche. Ein Kundenmagazin kann das Kunden-Vertrauen verbessern.

2. Die Attraktivität und das Image des Unternehmens werden gesteigert

Eine professionell gelayoutete Kundenzeitung macht Eindruck. Kunden und Interessenten sehen, da ist ein Versicherungsmakler tätig, der nicht nur verkaufen will sondern ohne Aufforderung

informiert. Ein Kundenmagazin mit Makler-Logo und -Firmenfarbe macht das Unternehmen zur Marke. Ein Kundenmagazin ist imagefördernd.

3. Regelmäßige Kunden-Kontakte sind heute das A&O

Es wird immer wichtiger, regelmäßige Kundenkontakte zu generieren. Für viele Makler ist es aber ein Zeitproblem, alle Kunden so regelmäßig und umfassend zu informieren wie es eigentlich sein müsste. V-aktuell unterstützt Vermittler in Print, aber auch mit vielfältigen digitalen Möglichkeiten, wie PDF-Kundenzeitung und -Artikeln, einem E-Paper oder der HTML-Online-Kundenzeitung mit einem echten Alleinstellungsmerkmal.

4. Die Kundenzufriedenheit wird gesteigert und die Kundenbindung intensiviert

Gut informierte Kunden sind zufriedene Kunden. Deshalb sollte die Kundenzeitung auch regelmäßig in Kundengespräche eingebunden werden, um die Aufmerksamkeit der Kunden zu schärfen. Artikel der Kundenzeitung eignen sich auch hervorragend als Referenz, um einen Termin für ein Beratungsgespräch zu erhalten.

5. Kunden regelmäßig kompetent und haftungsentlastend informieren

Versicherungsvermittler besitzen umfangreiche Informationspflichten gegenüber Ihren Kunden. An Versicherungsmakler werden hier besonders hohe Anforderungen gestellt. Eine Kundenzeitung ersetzt natürlich kein persönliches Beratungsgespräch. Aber gerade wenn die Zeit knapp ist, werden die Kunden zumindest schriftlich informiert. Der bekannte Fachanwalt für Versicherungsrecht, Rechtsanwalt Stephan Michaelis, hat für einen V-aktuell Kunden bewiesen, dass die V-aktuell Kundenzeitung auch haftungsentlastend wirken kann.

Pressekontakt:

Thomas Bethke Versicherungsbetriebswirt/DVA
Telefon: 040 / 642 08 - 148
E-Mail: info@v-aktuell.de

Unternehmen

V-aktuell
Meiendorfer Rund 40
22145 Hamburg

Internet: www.v-aktuell.de

Über V-aktuell

V-aktuell wurde von Versicherungsmaklern als Kooperationsmodell gegründet und bietet Versicherungsmaklern Print-, PDF- und Online-Kundenzeitungen (HTML) mit Einbindung sozialer Netzwerke. V-aktuell verfügt über die notwendige Erfahrung und Innovationsfreude und entwickelt die Kundenzeitungen im Dialog mit Vermittlern und Lesern ständig weiter.