

## Ohne Online-Bewertungen weniger Neuabschlüsse?

**Die Versicherungsbranche ist im Umbruch: Der Trendstudie „Versicherungen 2020“ zufolge hat Social Media nachhaltigen Einfluss auf Kundengewinnung und Kundenbeziehung. Für Makler werden Online-Bewertungen zum zentralen Wettbewerbsfaktor.**

**Die Versicherungsbranche ist im Umbruch: Der Trendstudie „Versicherungen 2020“ zufolge hat Social Media nachhaltigen Einfluss auf Kundengewinnung und Kundenbeziehung. Für Makler werden Online-Bewertungen zum zentralen Wettbewerbsfaktor.**

Die Zukunft der Versicherungsbranche liegt im Internet, so das Resümee der Studie Versicherungen 2020, die kürzlich vom Trendforschungsinstitut 2bAhead in Kooperation mit der Standard Life Versicherungsgruppe vorgestellt wurde. Das große Problem dabei: Während für die Versicherungskunden von morgen das Internet schon heute zur zweiten Heimat geworden ist, ist die Versicherungsbranche hier noch lange nicht angekommen. Wer auch zukünftig am Markt bestehen will, muss sich dem technologischen Wandel anpassen, so die Trendforscher. Sie fordern innovative Kommunikations- und Geschäftskonzepte, die den veränderten Erwartungen von Kunden gerecht werden. Das stellt nicht nur die Versicherungsgesellschaften vor neue Herausforderungen, auch der „Makler der Zukunft“ müsse Strategien entwickeln, um im Internet für Kunden sichtbar zu sein.

### **Eine Webseite allein reicht nicht aus**

Wer als Makler auch zukünftig erfolgreich sein will, muss potentielle Kunden im richtigen Kommunikationsumfeld zum richtigen Zeitpunkt ansprechen. Im Zeitalter des Internet bedeutet dies, online präsent zu sein und das zu jeder Tageszeit. „Online-Systeme und Makler nähern sich an“, lautet die Prognose der Trendforscher. Überraschend ist das nicht, hatte doch bereits eine im vergangenen Dezember veröffentlichte Studie der GfK Nürnberg gezeigt, dass sich schon heute die Hälfte aller Verbraucher im Internet über Versicherungs- und Finanzprodukte informiert. Zwar macht die Mehrheit den Vertragsabschluss noch immer lieber persönlich beim Makler, aber auch hier dient das Internet immer häufiger als Wegweiser. Wer nicht zumindest einen Internetauftritt hat, wird in den Suchergebnissen von Google & Co. nicht aufgelistet – und bleibt damit für potentielle Neukunden unsichtbar.

Doch für die Neukundengewinnung im Internet reicht eine Webseite nicht mehr aus, denn die muss erst einmal gefunden werden, was schwierig ist, wenn der Kunde einen Makler noch nicht kennt. Und auch die Konkurrenz schläft nicht. Gegenwärtig gibt es hunderte Webseiten von Maklern und Vermittlern. Ein Internetauftritt mag vor ein paar Jahren noch wesentlich zum Erfolg beigetragen haben. Heute ist eine eigene Webseite eher Pflicht statt Kür und reicht allein nicht mehr aus, um sich von der Konkurrenz abzuheben. Wer hingegen mit Online-Empfehlungen aufwarten kann, hat einen klaren Wettbewerbsvorteil, so das Ergebnis der Trendstudie. Auch dies ist wenig überraschend. Kundenbewertungen auf Online-Plattformen spielen im Konsumgüterbereich schon seit Jahren eine große Rolle und sind hier nicht mehr wegzudenken. Nun zieht die Dienstleistungsbranche nach. Und das aus gutem Grund, denn ihre größte Herausforderung ist es, das Vertrauen der Kunden zu gewinnen. Verbraucher können Konsumprodukte sehen, testen, anfassen – Dienstleistungen nicht. Deshalb vertrauen immer mehr dem Voting der Massen. Ob Steuerberater, Fliesenleger oder Frisör: Wer aus Kundensicht der Beste am Platz ist, weiß das Internet. Viele Makler betrachten Bewertungsplattformen aber noch immer als Bedrohung, so die Trendforscher. Dabei ist das Gegenteil der Fall: Macht ein Makler seine Leistung und Beratungsqualität auf Bewertungsplattformen transparent, gestaltet er damit nicht nur seine Online-Reputation aktiv mit, sondern vergrößert auch erheblich seine

Reichweite.

### **Bewertungsplattform oder Online-Feedback-Service?**

Gegenwärtig gibt es viele Bewertungsplattformen. Die meisten basieren auf einem einfachen Sterne-Rating, das heißt Nutzer können eine Gesamtbewertung für einen Dienstleister abgeben und bis zu fünf Sterne vergeben. Zusätzlich besteht die Möglichkeit, einen Erfahrungsbericht in freier Form zu verfassen. Es kann gut sein, dass man sich als Makler bereits auf einer Plattform wie z.B. Yelp wiederfindet. Denn die meisten klassischen Bewertungsportale legen selbst Profile von Dienstleistern oder Unternehmen an – auch ohne deren Zutun oder Wissen. Existiert ein Profil, können Nutzer Bewertungen abgeben. Ein Vorteil dabei ist, dass man sich nicht selbst um die Anmeldung kümmern muss. Man sollte aber im Blick behalten, auf welchen Plattformen man vertreten ist und wie es dort um die eigene Gesamtbewertung bestellt ist. Will man sein Profil bearbeiten oder mit Kunden kommunizieren, ist eine Anmeldung allerdings erforderlich. Ein Nachteil klassischer Bewertungsportale ist das wenig differenzierte Kundenfeedback, vor allem, wenn man sich als Dienstleister auf bestimmte Bereiche spezialisiert hat. Das einfache Sterne-Rating bei Yelp und Co. ermöglicht nur eine allgemeine Gesamtbewertung durch den Kunden, detailliertes Feedback per Sterne-Rating ist hier nicht möglich. Doch gerade die eigene Spezialisierung, also Fachwissen und Erfahrung in bestimmten Bereichen, und die Top-Kompetenzen sind entscheidende Wettbewerbsfaktoren, da gerade hierüber eine Profilierung gegenüber Wettbewerbern möglich ist. Wer also nicht nur bewertet werden möchte, sondern verstärkt die eigenen Kompetenzen kommunizieren will, sollte sich ein Profil bei einem Online-Feedback-Service wie z.B. ProvenExpert.com anlegen.

Anders als bei Bewertungsportalen muss sich der Nutzer hier selbst registrieren. Erst dann kann er Feedback erhalten. Die Bewertung basiert auch bei ProvenExpert auf dem bekannten Prinzip des Sterne-Ratings, ist aber differenzierter, weil Online-Fragebögen für das Feedback verwendet werden. Damit lassen sich verschiedene Kompetenzen und Kriterien, beispielsweise Beratungsqualität, detailliert abfragen. So erhält man als Makler nicht nur Bewertungen, sondern kann sich auch ein genaues Bild darüber machen, wie zufrieden die eigenen Kunden sind, wo die eigenen Stärken liegen und welche Potentiale vorhanden sind. Zusätzlich können Kunden ihren Makler online weiterempfehlen. Anders als bei Bewertungsplattformen, die im Prinzip einen Vergleich zwischen Dienstleistern einer Branche ermöglichen, steigern Weiterempfehlungen durch Kunden das Vertrauen. Neu ist dieses Prinzip nicht, aber online funktioniert es einfach effektiver, weil Empfehlungen hier deutlich mehr potentielle Kunden erreichen, als im persönlichen Umkreis.

### **Online-Bewertungen sind kein Zukunftstrend, sondern schon heute notwendig**

Aktiv mit Online-Bewertungen für sich und seine Kompetenzen zu werben, ist nicht erst für den „Makler der Zukunft“ notwendig, sondern schon heute erforderlich. „Nur wer in virtuellen Welten nahbar wird, wird auch in virtuelle Verkaufsprozesse einbezogen“, heißt es in der Trendstudie. Bedeutet das im Umkehrschluss weniger Neuabschlüsse ohne Online-Bewertungen? Pauschale Aussagen sind hier nicht möglich, fest steht jedoch, dass sich die Konsum- und Kommunikationsgewohnheiten durch Social Media nachhaltig verändert haben. In erster Linie ist der Kunde dadurch weniger berechenbar geworden. Es wird zunehmend schwieriger, ihn zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort anzusprechen – denn das Wann und Wo bestimmt jeder Kunde selbst. Wer aber als Makler online aktiv wird, ist zu jeder Zeit im Netz präsent und damit für potentielle Neukunden genau dann sichtbar, wenn es erforderlich ist.

**Pressekontakt:**

Cynthia Ruttkowski

- Managerin Marketing / Social Media -

Telefon: 030 / 29392 284

E-Mail: [cruttkowski@provenexpert.com](mailto:cruttkowski@provenexpert.com)

Remo Fyda

- Geschäftsführer -

Telefon: 030 / 29392 191

Mobil: 0171 / 2761 391

E-Mail: [rfyda@provenexpert.com](mailto:rfyda@provenexpert.com)

Internet: [www.ProvenExpert.com](http://www.ProvenExpert.com)

**Über ProvenExpert.com**

Das Berliner Startup ProvenExpert.com ist ein Online-Service der 2011 gegründeten OpenSeminar GmbH, einer 100-prozentigen Tochtergesellschaft der MAGIX AG. Mitten im Herzen von Berlin, nahe des Checkpoint Charlie, arbeitet seit 2012 ein achtköpfiges Team aus erfahrenen Konzeptern, Designern, Web-Entwicklern sowie Produkt- und Marketingmanagern am Auf- und Ausbau des Angebotes.

logo provenexpert