

Versicherungsvertrieb: 5 Tipps, die jeder kennen sollte

27.02.2015, 18:44 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Mario Arend - Autor & Speaker*



Mario Arend - DER PERSONIZER® - Buchautor & Vortragsredner

Köln, 27.2.2015.

Die Zeiten im Versicherungsvertrieb werden immer schwerer durch Online-Anbieter und Preisvergleichsportale.

In 5 praktischen Tipps erfahren Sie mehr dazu, wie sie sich positiv von anderen Vertrieben in der Versicherungsbranche abheben können:

1. Seien sie MERKwürdig

Jeder ihrer Kunden erwartet, dass Sie Anträge und Schadensformulare korrekt aufnehmen. So bleiben Sie aber nicht in der 1st Class-Abteilung im Kopf ihres Kunden hängen. Bieten sie ihren Versicherungskunden etwas Besonderes. Positionieren sie sich zum Beispiel als DIE Versicherungsagentur für Gewerbekunden oder als DER Versicherungsmakler für Rahmenverträge mit Ärzten. Stechen sie aus der grauen Masse hervor um besonders wahrgenommen zu werden.

2. Erklären sie Versicherungsprodukte immer aus Kundensicht

Benutzen sie im Verkaufsgespräch so selten wie möglich das Wort Versicherung. Sagen sie stattdessen eher Absicherung, Vorsorge und andere Wörter, die dem Kunden erklären, was er vom Produkt hat und ihm auch die Eigenschaften wie finanzielle Sicherheit im Alter oder bei einem Schaden suggerieren.

Versetzen sie sich stets in die Lage des Kunden und fragen sie nach seinen Bedürfnissen und vor allem nach seinem Motiv, eine Versicherung abzuschließen. Ist es die Absicherung der Familie oder möchte er bereits mit 60 Jahren in Rente gehen? Ist er ein analytischer Kunde, dem man die genauen Zahlen der Absicherung präsentieren muss oder ist er ein sicherheitsorientierter Kunde, dem man genau diese Sicherheit darstellen sollte?

Lernen sie den Kundenwunsch und seinen Antrieb kennen, damit sie ihn anschließend besser und vor allem individuell beraten können.

3. Erfinden Sie ihren eigenen Slogan

Sie haben noch keinen hohen Bekanntheitsgrad vor Ort oder möchten ihn noch weiter ausbauen? Das kann mit einem Slogan funktionieren. Zum Beispiel: "Versicherungen im Trend: AREND!" oder aber sie beziehen sich auf eine bekannte Gegend oder Immobilie in ihrer Gegend: "MÜLLER: Die Versicherungsagentur am Schloss" oder "SCHMITZ: Die Versicherung in der Parkstraße".

Man wird sie in Zukunft in einem Atemzug mit einem bestimmten Ort in ihrer Stadt nennen: "Das ist doch die Versicherungsagentur in der Parkstraße...". So erlangen sie einen festen Teil im Orts- und Namensgedächtnis ihrer Versicherungskunden.

4. Seien sie stets echt

Nichts ist schlimmer als ein Verkäufer, der sich dreht und wendet wie ein Aal, nur um es seinem Kunden unbedingt Recht zu machen. Sie kommen in ein Bekleidungsgeschäft und ziehen ein Oberteil an. Nach der Frage an den Verkäufer, wie es ihnen steht sagt dieser: "Ganz hervorragend!", obwohl sie schon dachten: "Das ist doch viel zu eng an der Taille." Beim nächsten Oberteil greifen sie direkt zwei Nummern größer zu und gehen als wandelnder Kleidersack aus der Kabine. Erneut ist der Verkäufer entzückt und bewundert sie mit den Worten: "Klasse, einfach klasse, das sollten sie unbedingt kaufen." Na, wie fühlen sie sich? Ich würde den Laden schnurstracks wieder verlassen.

Bleiben Sie also stets authentisch denn der Kern ihrer Glaubwürdigkeit ist ihre Authentizität. Wenn ihr Kunde merkt: "Der meint es ehrlich mit mir", dann wird er ihnen auch vertrauen und wenn sie ihn stets fair behandeln werden sie so auch eine langfristige und vertrauensvolle Kundenbeziehung aufbauen.

5. Bleiben sie achtsam

Wenn sie ihrem Versicherungskunden intensiv zuhören und an seinen Lippen kleben erfahren sie viel mehr über seine Bedürfnisse und seinen Antrieb zum Abschluss einer Versicherung. Fragen sie nach, ob sie alles richtig verstanden haben, wenn sie der Meinung sind, dass sie noch nicht auf einer Wellenlänge mit ihrem Kunden kommunizieren.

Unterstreichen sie die Wichtigkeit der Aussagen ihres Kunden indem sie sich kurze Notizen während des Gesprächs machen. Das unterstreicht ihr Kundeninteresse, sie haben es leichter den Dialog nachzuvollziehen und ihr Kunde merkt:

"Hey, ich bin ihm wichtig, der beschäftigt sich mit mir."

Wenn die Mimik Ihres Kunden von dem abweicht, was er gerade sagt können sie sich auch bei ihm erkundigen, ob alles okay ist. Zum Beispiel mit den Worten: "Haben sie noch Zweifel oder müsste die Versicherung anders aussehen, damit sie ihren Wünschen entspricht?"

Zusammengefasst erreichen sie wesentlich mehr Nähe zu ihrem Kunden und dadurch auch eine langfristige und erfolgreiche Kundenbindung, wenn sie stets versuchen sich in die Haut ihres Versicherungskunden hinein zu versetzen und sich für seine Belange auch ehrlich zu interessieren. Ich wünsche ihnen VIEL Spaß bei ihren nächsten Kundengesprächen.

Noch ausführlicher und mit vielen Tipps aus der Praxis versehen können sie sich alles rund um das Thema Vertrieb von Versicherungen auf der folgenden Homepage anschauen: www.mario-arend.com/blog

Mario Arend beim Vortrag an der Hochschule Koblenz

<https://www.youtube.com/watch?v=HaZ5DrI4ZJ4>

Portrait

Mario Arend - DER PERSONIZER® ist Verkaufsexperte, Redner (Speaker) und Autor der Bücher "erfrischend anders - authentischer Vertrieb & nachhaltiges Marketing" und "persönlichKEITEN"

Er ist Bachelor Professional Financial Consulting CCI - Fachwirt für Finanzberatung - IHK und einer der gefragtesten Redner rund um das Thema "Vertrieb von Versicherungen für Versicherungsagenturen und Versicherungsmakler".

Außerdem ist er Preisträger „Erfolg durch Innovation im Mittelstand“. Sein Spezialgebiet ist Erfolg im Vertrieb durch Empathie, Authentizität & Achtsamkeit. Seit fast 20 Jahren ist Mario Arend erfolgreich im Vertrieb von Versicherungen tätig und vermittelt daher nur praxisorientiertes Wissen.

News-ID: 841757 • Views: 1046 (Stand: 14.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/841757/Versicherungsvertrieb-5-Tipps-die-jeder-kennen-sollte.html>