

Erfolgreiche Führung und Organisation einer Versicherungsagentur

20.07.2015, 17:28 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Mario Arend - Autor & Speaker*



Erfolgreiche Führung und Organisation einer Versicherungsagentur

Viele Inhaber von Versicherungsagenturen fragen sich: „Was ist das Geheimnis der erfolgreichen Führung und Organisation einer Versicherungsagentur?“

Die Antwort ist, dass es gar keine Geheimnisse gibt. Alle Instrumente, die man für eine erfolgreiche Führung und eine strukturierte Organisation einer Versicherungsagentur benötigt sind frei verfügbar, teilweise im Internet nachzulesen und vor allem durch Fingerspitzengefühl, Achtsamkeit, Empathie, Freude am Arbeiten mit seinen Mitarbeitern und Unternehmerdenkweise umzusetzen.

Zuerst sollten Sie sich folgende Fragen stellen:

1. Was möchten Sie in Ihrer Versicherungsagentur erreichen?

Möchten Sie eine One Man-Show, die natürlich auch erfolgreich sein kann, aber enormen Arbeitseinsatz von Ihnen als Agenturinhaber einfordert? Oder ist Ihr Anspruch der, eine große Agentur zu führen, die in jedem Bereich wie Schadenbearbeitung, Antragsaufnahme, Besuchsvorbereitung, Kfz-Versicherung (eine sehr zeitintensive Arbeit), mit einem bestimmten Mitarbeiter besetzt ist?

2. Wenn Sie sich dafür entschieden haben, eine größere Versicherungsagentur zu führen, sollten Sie jedem Mitarbeiter konkrete Aufgaben zuteilen und diese auch schriftlich fixieren. Z.B. Frau Müller aus der Abteilung Kfz-Versicherung ist zuständig für folgende Aufgaben: Antragsaufnahme, Telefonat-Annahme der Interessenten und Kunden zur Sparte Kfz-Versicherung, Ausgabe von EVB, Aufnahme von Kfz-Schäden, Akquise von Kfz-Neukunden, Storno-Rücknahme von Kfz-Versicherungskunden, etc.

3. Als Agenturinhaber müssen Sie sich genau überlegen, welche Aufgaben Sie in Ihrer Versicherungsagentur selbst übernehmen und welche Aufgaben Sie lieber abgeben, sprich an Ihre Mitarbeiter delegieren möchten. Es macht wenig Sinn, dass Sie sich mit der Aufnahme von Anträgen der Kfz-Versicherung herumschlagen müssen, denn diese zeitintensive Arbeit geben Sie besser an Ihr Personal ab. Dagegen macht es natürlich keinen Sinn, wenn Ihr Personal in

Zukunft die Verkaufsgespräche führt, denn diese Aufgabe beherrschen Sie hoffentlich am besten von all Ihren anderen Aufgaben. Ansonsten darf man Ihre Tätigkeit auch nicht mehr als „Außendienst“ bezeichnen, sondern eher als „leitender Administrator“. Aber dadurch verdienen Sie ja schließlich keine Abschlussprovision, bzw. Courtage.

4. Besprechen Sie mit Ihren Mitarbeitern feste Arbeitsabläufe, die sich abspielen, sobald ein Kunde Ihnen am Telefon mit Abschluss „droht“. Die Annahme des Telefonats geschieht durch Mitarbeiterin A, diese nimmt die kompletten Kundendaten, inkl. Geburtsdaten, Wünschen, Bedarf des Kunden, Adresse, etc. auf.

Mitarbeiter B stellt Ihnen die Verkaufsmappe inklusive Beratungsbogen, Verkaufsmaterial, Werbegeschenk, evtl. Anträgen, etc. zusammen.

Sie nehmen den Termin wahr und notieren sich vor Ort, den Bedarf Ihres Kunden, Hobbys, Familienkonstellation, Wünsche Ihres Kunden, finanzielle Verhältnisse, bestehende Versicherungen, fehlender Versicherungsschutz, etc.

5. Ihre Mitarbeiter erstellen Ihnen konkrete Angebote / Anträge für den nächsten Besuchstermin bei Ihrem Kunden und pflegen die von Ihnen aufgenommenen Daten ins Computerprogramm ein.

6. Offene Punkte, wie Inhalte von Versicherungen, die erst in der Zukunft abgeschlossen, bzw. gekündigt werden können werden in einem Wiedervorlage-System festgehalten und eine Erinnerung erscheint automatisch, wenn es Zeit ist, den Versicherungsantrag oder die Kündigung aufzunehmen.

7. Ein letzter Ratschlag zum Thema „Schadenabwicklung“:

Immer wieder höre ich nach meinen Vorträgen Sätze von Inhabern von Versicherungsagenturen, die lauten: „Ja, ich hätte viel mehr Zeit für Vertrieb, wenn mich nicht das Tagesgeschehen wie Telefonate oder lästige Schadenabwicklung daran hindern würden.“

Ich bin dann stets sehr verwundert, denn die Abwicklung von Versicherungsschäden ist für mich purer Vertrieb. Wann wenn nicht in dieser Situation können Sie Ihrem Kunden zeigen, dass er bei Ihnen bestens aufgehoben ist und er Ihnen vollstens vertrauen kann? Nutzen Sie diese einmaligen Chancen, um den Kontakt zu Ihrem Kunden zu festigen und eine Vertrauensbasis zu ihm aufzubauen, die es Ihnen ermöglicht, eine langfristige und gute Kundenbeziehung zu festigen?

Weitere Tipps zum Thema finden Sie unter: www.vortragsredner.koeln

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: 863017 • Views: 3272 (Stand: 14.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/863017/Erfolgreiche-Fuehrung-und-Organisation-einer-Versicherungsagentur.html>