



Digitale Kommunikation zahlt sich aus

Der Einsatz von digitalen Kommunikationsinstrumenten lohnt sich für Vermittler und deren Gesellschaften, zeigt eine Studie „Erfolgsfaktoren in der Ausschließlichkeit“ von Sirius Campus in Kooperation mit dem IT-Dienstleister adesso.

Das Ergebnis der Studie ist, dass Vermittler, die häufig Chats, Video-Chats und Online-Beratungen einsetzen, im Vergleich zu Nicht-Nutzern jährlich bis zu fünf Abschlüsse mehr bei Lebens- und Rentenversicherungen erreichen. In der Krankenversicherungssparte sind es bis zu vier Abschlüsse zusätzlich im Jahr.

WhatsApp mit meisten Nutzern

Dabei ist WhatsApp der beliebteste Kommunikationskanal. So greifen 46 Prozent der befragten Vermittler „häufig“ oder „sehr häufig“ darauf zurück. Soziale Medien werden von rund einem Fünftel (18 Prozent) der Makler regelmäßig genutzt (Antwort „häufig“ oder „sehr häufig“).

Bei jüngeren Vermittlern bis 40 Jahren ist die Nutzung dieser beiden Digitalmedien etwas höher, nämlich 55 Prozent für WhatsApp und 24 Prozent für Soziale Medien. Aber auch von den 51- bis 60-Jährigen kommunizieren immerhin 43 Prozent mit ihren Kunden über WhatsApp und 15 Prozent nutzen dafür Soziale Medien.

Digitale Instrumente wie Online-Beratungen (9 Prozent häufige Nutzung), Chats (6 Prozent) oder Video-Chats wie

Skype (3 Prozent) werden hingegen branchenweit nur selten genutzt.

Dr. Oliver Gaedeke, Geschäftsführer bei Sirius Campus, dazu:



Unterschiede zwischen Versicherungsgesellschaften

Allerdings zeigte die Studie auch, dass der Einsatz von Online-Beratung weniger durch Alterseffekte bestimmt, sondern vielmehr durch die Innovationsorientierung der Vertriebsvorstände geprägt ist.

In der Gesellschaft mit der höchsten Online-Beratungsquote verwenden ein Drittel der Vermittler (29 Prozent) häufig digitale Instrumente zur Kundenberatung. Bei vier der 22 untersuchten Vertriebe liegt der Anteil der Vermittler mit häufiger Online-Beratung bei 5 Prozent oder niedriger.

Markenidentität wird gesteigert

Dabei macht die Nutzung von Online-Beratungen die Vertriebsorganisationen nicht nur erfolgreicher, sondern

liefert auch einen wichtigen Beitrag zur Markenidentität. So sind Vermittler, die digitale Kommunikationswege nutzen, von den Serviceleistungen ihrer Gesellschaft überzeugter und motivierter.

Versicherer noch zögerlich

Aus Sicht der befragten Vermittler sind Versicherer noch sehr zögerlich, was Investitionen in digitale Beratungsinstrumente angeht. Nur 30 Prozent der Versicherungsvermittler in Deutschland fühlen sich in dieser Hinsicht von ihrer Versicherungsgesellschaft unterstützt.

Dr. Dirk Platz, Leiter des Geschäftsbereichs Versicherungen bei adesso, sagt:



Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4916996/digitale-kommunikation-zahlt-sich-aus/>