



Mehrwert Elementarversicherung: Tipps für die Kundenberatung

Eine der Absicherungen, die in den letzten Jahren immer stärker nachgefragt wurde, stellt die Elementarschadenversicherung dar. Ein wichtiges Thema - schließlich sind in der Vergangenheit durch die klimatischen Veränderungen immer häufiger Schäden in diesem Bereich aufgetreten. Für die Zukunft erwarten Experten eine Steigerung solcher Fälle.

Was vielen Menschen jedoch nicht klar ist: Es geht bei dieser Absicherung natürlich nicht darum, die Opfer von Naturkatastrophen auszubeuten. In erster Linie zielen die Versicherungen auf die Sicherung der Existenz und des Lebensstandards ab. Für Versicherungsberater gilt es demnach, Menschen genauestens aufzuklären und sie von Elementarversicherungen zu überzeugen.

Ratschlag 1: In die Sichtbarkeit gelangen

Die meisten Kunden haben eine schlechte Meinung von Versicherungen – diese würden "ja sowieso nie zahlen". Obwohl Schätzungen zufolge allein in Verbindung mit der Flutkatastrophe in Deutschland etwa fünf Milliarden Euro an Geldern von Versicherungen ausgezahlt werden, können Ihre Kunden wenig damit anfangen.

Der Grund: Diese Zahlen stehen nicht in Verbindung mit jemandem, den sie kennen. Noch viel weniger vertrauen sie den großen Versicherungskonzernen, die dahinterstehen. Und nicht zuletzt sind fünf Milliarden Euro ein Betrag, unter dem sich kaum ein Mensch etwas vorstellen kann.

Der immense Mehrwert wird den meisten demnach gar nicht klar. Der oder die Einzige, dem die Menschen vertrauen, sind: Sie! Als persönlicher Ansprechpartner sollten Sie daher Ihr Möglichstes tun, von Kunden wahrgenommen zu werden und sich ein positives Image aufzubauen.

Ratschlag 2: Die eigene Arbeit erlebbar machen

Dafür können Sie aktiv etwas unternehmen. Versuchen Sie zum Beispiel, das positive Erlebnis eines Ihrer Kunden für andere "erlebbar" zu machen. Dazu können Sie Fotos von glücklichen Kunden posten, die von Ihrer Beratung und der Versicherung profitiert haben.

Machen Sie den Wert Ihrer eigenen Arbeit für andere greifbar, indem Sie das Erlebnis eines Kunden schildern. Zeigen Sie zum Beispiel auf, welchen Schaden er ohne die Versicherung möglicherweise erlitten hätte.

Lassen Sie den Kunden selbst zu Wort kommen, indem er sich glücklich darüber zeigt, dass Sie ihn auf diese Versicherung

beraten und nicht locker gelassen haben – und wie gut es letztlich für ihn war, sie doch abgeschlossen zu haben.

Ratschlag 3: Positive Ereignisse im Umlauf bringen

Anschließend ist es noch Ihre Aufgabe, diese positiven Inhalte in allgemeinen Umlauf zu bringen. Bereits vor einigen Jahren habe ich die Versicherungsgesellschaften dazu angeregt, regulierte Schadensfälle positiv zu vermarkten, beispielsweise in Form von Videos, kurzer Beiträge oder Reportagen.

Leider wird das bis heute nicht konsequent und systematisch umgesetzt. Daher verbleibt Ihnen als Berater diese Aufgabe. Nutzen Sie dafür die Ihnen zur Verfügung stehenden Kanäle. Je mehr Menschen davon erfahren, desto besser wird sich auch das Image der ganzen Branche entwickeln.

Und davon profitieren am Ende alle Beteiligten: Sie als Berater, weil Sie mehr Umsatz generieren. Die Versicherung, weil sie durch mehr Beiträge besser planen und regulieren kann. Und die Versicherten, weil sie mehr Schutz erhalten und im Lauf der Zeit auch die Leistungen verbessert werden.

Über Wladimir Simonov

[Wladimir Simonov](#) ist Experte für Finanzberater, die Kunden über Facebook und Co. gewinnen wollen. Das hat er selbst über Jahre erfolgreich gemacht und wurde dafür auf der DKM 2018 zum „Social Media Makler“ des Jahres gekürt.

Simonov polarisiert mit seinen Aussagen gern und regelmäßig, was ihm eine große Reichweite in den sozialen Netzen eingebbracht hat. Seit einigen Jahren bietet er Coachings für Finanzberater an, die unabhängig von Empfehlungen oder Leadbörsen Kunden gewinnen wollen.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4922274/makler-den-besten-ertrag-aus-elementarschadenversicherungen-herausholen/>