



Neues Buch zur Omnichannel-Strategie für Vermittler

Die Digitalisierung verändert die Versicherungsbranche: Kunden schließen Versicherungen auch über das Internet ab, sie recherchieren im Netz, und bei der Wahl eines Versicherungsproduktes nutzen sie Vergleichsportale, zur Analyse bisheriger Vorsorgemaßnahmen Apps und Online-Angebote. „An die Stelle des Besuchs des Beraters beim Kunden zu Hause rückt die digitale Beratung in Kombination mit einem persönlichen Gespräch: Alles wird hybrid!“, bringt es der Unternehmer, Speaker und Autor Andreas Buhr auf den Punkt.

Erfolgsfaktor Hybride Beratung. Wie Sie den Kunden 3.0 nachhaltig begeistern. WKD Information Services, 1. Aufl. 2015 ISBN 978-3-89699-475-28,60 Euro

Der Experte für Führung im Vertrieb macht darauf aufmerksam, dass mit diesem Wandel neue Anforderungen an Versicherungsvermittler/-berater gestellt werden. Genau diese thematisiert er in seinem neuen Taschenbuch „Erfolgsfaktor hybride Beratung. Wie Sie den Kunden 3.0 nachhaltig begeistern“. In der bei Wolters Kluwers Deutschland (WKD) erschienenen Publikation zeigt Andreas Buhr, wie Finanzdienstleister Offline- und Onlineberatung zu einem überzeugenden Konzept verbinden, auf welche Kommunikationskanäle es dabei ankommt und wie sie diese erfolgreich nutzen können.

Tipps und Tools für optimale Kundenberatung

Der Kunde 3.0 möchte umfassend informiert sein. Hierzu verzichtet er nicht auf persönliche Beratung. Er will sich aber auch nicht mehr alleine auf die Beratung vor Ort verlassen,

macht Andreas Buhr in seinem Booklet die Notwendigkeit der hybriden Beratung deutlich. Hierzu zieht er auch aktuelle Studien heran und zeigt anhand von Interviews mit Vertriebsleitern aus Versicherungsunternehmen den Status quo in der Praxis auf. Doch wie und wo ist der Kunde 3.0 zu erreichen? Welche Kanäle bevorzugt er? Und wie sollten Finanzdienstleister sich im Social Web präsentieren, damit potenzielle Kunden sie auch finden? Der Autor liefert unter anderem Empfehlungen für Facebook & Co. und für Tools wie Umfragen, Newsletter sowie Whitepaper. Er führt aus, welche Bedeutung Wearables – das sind in Alltagsgegenstände eingebettete Mini-Computer, mit denen Daten erfasst und ausgewertet werden – und Apps für Finanzdienstleister haben. Er zeigt die Möglichkeiten von Videoberatung als Ergänzung zur Vor-Ort-Beratung. Und er gibt wichtige Verhaltenstipps für Präsentationen via Webinar, Skype-Konferenz oder Google Hangout an die Hand.

Buchautor und Vertriebsexperte Andreas Buhr

Die richtigen Mitarbeiter für hybride Beratung finden

Dass die neuen Anforderungen im Finanzvertrieb auch wirklich erfüllt und die Tipps umgesetzt werden, hängt freilich an der Bereitschaft und den Fähigkeiten der Vertriebsmitarbeiter. Diese müssen Digitalisierung als Chance begreifen und die Vorteile von Online- und Videoberatung schätzen. Wie sie die geeigneten Mitarbeiter und Partner finden, brennt jedoch vielen Finanzdienstleistern unter den Nägeln. Auch diesem Thema nimmt sich Vertriebsexperte Andreas Buhr in seinem neuen Buch mit zahlreichen Impulsen und Empfehlungen an.

Bild: (1) © Andrey Popov / fotolia.com (2) © Hellhoerig / J.Wieland (3) © Wolters Kluwer

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4941997/neues-buch-zur-omnichannel-strategie-fuer-vermittler/>