



Homepage, Content, Blog - der Makler als regionale Marke

Kleinere Unternehmen haben es schwer, immer auf die Vielzahl technischer Änderungen zu reagieren und den eigenen Auftritt im Netz regelmäßig einem „fresh-up“ zu unterziehen. „Content ist King“ – jeder kennt dieses Zitat. Es gilt für die Beschreibung der eigenen Produkte und Leistungen ebenso wie für Kommentare zu aktuellen Ereignissen oder Themen auf der eigenen Homepage. Was rät Björn Petersen?

Unsere glasklare Empfehlung an kleinere Maklerunternehmen ist, sich einen Partner zu suchen, der tiefe Branchenkenntnisse besitzt, technisch in der Lage ist, alle Anforderungen schnell bewerkstelligen zu können, keine „One-Man-Show“ ist, die mal krankheitsbedingt ausfallen kann und bei dem man sich letztlich gut aufgehoben und verstanden fühlt.

Offen gesagt, einem Makler – wie jedem Unternehmer – wird viel abverlangt. Neben dem Tagesgeschäft und der wichtigen Vertriebsarbeit stehen eine Menge Verwaltungstätigkeiten und auch Fortbildungen an. Einzelkämpfer haben dadurch in der Regel ein erhebliches Zeitproblem, wenn sie das alles selber bewerkstelligen sollen. Zudem besteht bei den „Ich habe da einen Bekannten, der macht das schon“-Lösungen ein erhebliches Gefahrenpotenzial durch Abmahnungen, wenn sich geänderte Anforderungen nicht oder auch nicht richtig umgesetzt werden.

Größere Maklerhäuser nutzen dafür spezialisierte Werbeagenturen mit entsprechenden Stundensätzen für die Erstellung und Aktualisierungen der Homepage. Für kleinere Maklerunternehmen empfiehlt sich eine branchenspezielle Systemlösung, in der technische und rechtliche Änderungen

zentral eingepflegt werden und die dennoch ein extrem hohes Maß an Individualisierungen auf das Maklerunternehmen bietet.

Wie kann so ein Angebot aussehen?

Wir bieten kleineren und mittleren Maklerunternehmen über unsere Software „maklerACCESS 2+“ eine solche Systemlösung an. Dabei versteht sich das System jedoch nicht als reiner Homepage-Baukasten für Versicherungsmakler mit zahlreichen Designvorlagen und unzähligen Individualisierungsmöglichkeiten sondern vielmehr als zentrale und leistungsstarke Software mit vielen Schnittstellen zu anderen Anbietern und Branchenlösungen – von Vergleichsrechnern über Online-Beratungstools bis hin zu Terminlösungen und digitalen Versicherungsordnern.

Höchsten Wert legen wir dabei darauf, dass unsere Kunden spielerisch und intuitiv an ihrer Makler-Homepage arbeiten und diese permanent weiterentwickeln können. Schließlich sollen Makler keine Programmierer oder Web-Entwickler werden um schnell ausgezeichnete Ergebnisse erzielen zu können. Ein wichtiger Aspekt für unsere Kunden ist auch unsere enge Zusammenarbeit mit einer renommierten Fachanwaltskanzlei für Versicherungsrecht,

mit der beispielsweise alle Eingabeassistenten zur Generierung des haftungsarmen Impressums erstellt wurden und die uns bei rechtlichen Änderungen fortlaufend in der Umsetzung berät.

Abgerundet wird unsere Systemlösung neben der permanenten technischen und rechtlichen Weiterentwicklung durch den kostenfreien 1zu1-Support, den unsere Kunden sehr schätzen. Maklerhomepage.net bietet echte Unterstützung von Anfang an – ohne teure Zusatzpakete. Bei uns wissen Maklerunternehmen immer, worauf sie sich finanziell einlassen.

Makler-Homepages leben durch Aktualität und Content. Wie schafft es der Makler auch hier immer up-to-date zu sein?

Relevante und aktuelle Inhalte sind nicht nur wichtig für den Markenaufbau in der Region. Auch Suchmaschinen mögen es, wenn auf einer Homepage der Inhalt einzigartig ist und aktuell gehalten wird. Entsprechend positiv wird das in den Treffern berücksichtigt. Wir empfehlen immer, auf regionale Ereignisse (zum Beispiel Hochwasser, größere Kfz-Unfälle, Brände, etc.) einzugehen. In Kombination mit verknüpften Social-Media-Kanälen kommuniziert man so in Themengebieten, die die eigene Zielgruppe aktuell beschäftigen.

Wichtig ist dabei, dass man nicht Oberlehrerhaft wirkt wie „da wären sie mal besser bei mir versichert gewesen...“, sondern vielmehr Hilfestellung bei versicherungstechnischen Fragen zum Ereignis oder eine Anregung für den eigenen Vertragscheck anbietet. Im Kopf der Zielgruppe wird dann der Rest bewertet und entschieden. Man bleibt als Spezialist in Erinnerung.

Das dürfte doch eher die "Kür" sein, nicht wahr?

Am Ende des Tages sprechen wir hier tatsächlich von der Fleißarbeit, dass Makler regelmäßig Beiträge auf der eigenen Makler-Homepage veröffentlichen. In Summe lohnt es sich immer, da es der eigenen Reputation in der Region dient. Neukunden lassen sich dadurch nicht umgehend gewinnen. Die eigene Makler-Homepage mit aktuellem, relevanten und im Idealfall regionsbezogenen Content zu unterhalten ist immer mehr Marathon als Spint und das liegt in der Tat nicht jedem Makler. Es gibt jedoch sehr positive Beispiele unserer Kunden, die über eigene Blogs in der Makler-Homepage deutlich an Wahrnehmung in der Region gewinnen und somit ganz neue Kundenschichten für sich gewinnen konnten.

Unterstützen können wir unsere Kunden mit unserem Beitrags-Service. Mit diesem fließen wöchentlich automatisch relevante Beiträge aus den Themengebieten Versicherung

und Finanzen in die Makler-Homepage. Auch bieten wir die Möglichkeit, individuelle Imagevideos für das Maklerunternehmen zu erstellen oder sich eine Blog-Funktion freischalten zu lassen. Wenn es mal sehr schnell gehen soll, hilft es unseren Kunden zudem, dass diese das Verwaltungsinterface der Softwarelösung „maklerACCESS 2+“ auch über das Smartphone bedienen können. So kann man bei einem regionalen Ereignis schnell ein Foto mit dem Smartphone schießen und direkt in die Makler-Homepage mit Beitragstext importieren.

Herr Petersen, vielen Dank für Ihre Ausführungen!

Lesen Sie hier Teil 1 und 2 der Serie:

<http://www.experten.de/2016/09/26/der-makler-auf-dem-weg-zur-regionalen-marke/>

<http://www.experten.de/2016/09/29/der-makler-als-regionale-marke-alles-aussergewöhnlich/>

Bild: (1) © stokkete / fotolia.com (2) © Maklerhomepage.net

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4943623/homepage-content-blog-der-makler-als-regionale-marke/>