



Mehrwert der persönlichen Beratung schwindet

Der Mehrwert eines persönlichen Verkaufsgesprächs ist aus Perspektive der Kunden gegenüber dem Onlinekanal gering, dies ergibt eine Umfrage der Strategie- und Marketingberatung Simon-Kucher & Partners.

Digitale Medien steigern Zufriedenheit, Kaufwahrscheinlichkeit und Kundentreue

Nur jedes zehnte Gespräch ist interaktiv gestaltet, obwohl sich die Kunden digital unterstützte Verkaufsprozesse wünschen. Denn die Zufriedenheit der Kunden ist in Gesprächen, in denen digitale Medien eingesetzt werden, deutlich höher (7.8 Punkte) als in analog geführten Gesprächen (6.4 Punkte). Zudem sind Kaufwahrscheinlichkeit (79 zu 71 Prozent) und Kundentreue (80 zu 73 Prozent) in digital unterstützten Verkaufsprozessen höher.

Auch werden hier mit 53 Prozent im Vergleich zu 40 Prozent dem Kunden sowohl häufiger als auch erfolgreicher Cross-Selling-Angebote gemacht (26 Prozentpunkte mehr Abschlüsse). Der Leistungsumfang von digital zu analog geführten Gesprächen ist vergleichbar, die Preisqualität allerdings geringer (13 Prozentpunkte weniger hochpreisige Policen).

Auch wenn Computer, Laptop oder Tablets eingesetzt werden, wird das Potenzial nicht ausgeschöpft, da beispielsweise kaum Videos (13 Prozent) oder Fotos (9 Prozent) gezeigt werden.

Systematische Kundenbearbeitung mit Verbesserungspotenzial

Ob Cross-Selling-Angebote, die Vereinbarung eines Folgetermins oder die Bitte um eine Weiterempfehlung – dies sollte eigentlich zum Handwerkzeug eines jeden Verkaufsberaters gehören. Doch nur 13 Prozent der Verkäufer nutzen alle der drei aufgeführten Möglichkeiten zur systematischen Kundenbearbeitung.

Häufige Überforderung durch Produktvielfalt

Auch wenn Kunden gerne die Produkte an ihre Wünsche und Bedürfnisse anpassen, ist die Kaufwahrscheinlichkeit höher, wenn der Kunde vom Berater systematisch durch den Prozess geführt wird. Ohne Unterstützung sinkt die Kaufwahrscheinlichkeit deutlich (54 zu 78 Prozent).

Stefanie Grunert, Studienleiterin und Director bei Simon-Kucher, dazu:



Bei der Umfrage nahmen 300 Versicherungskunden in Deutschland, die in den letzten 24 Monaten eine Versicherung gesucht und gegebenenfalls abgeschlossen haben, teil.

Bild: © Sergey Nivens / fotolia.com

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4944305/mehrwert-der-persoelichen-beratung-schwindet/>