



## Treue Kunde gewinnen

**Auch wenn die große Mehrheit der Kunden bereit ist, den Großteil ihrer Versicherungen bei nur einem Anbieter abzuschließen, sieht die Realität anders aus. Denn nur 27 Prozent haben einen Anbieter, bei dem sie mindestens drei Policen und 70 Prozent ihres gesamten Versicherungsbestandes halten.**

### Steigerungspotenzial von 200 Prozent

Zwar haben Kunden mit Hauptversicherer und Kunden ohne insgesamt eine fast identische Anzahl an Versicherungen, allerdings schließen Kunden mit Hauptversicherer bei diesem im Durchschnitt 5,1 Verträge ab; Kunden ohne Hauptversicherer lediglich 1,6 Versicherungen pro Versicherer.

Frank Gehrig, Partner bei Simon-Kucher, dazu:



### Cross-Selling und langfristige Kundenentwicklung möglich

Eine große Mehrheit der Studienteilnehmer gab an, dass ihnen die Verwaltung der Policen einfacher fällt, wenn sie diese nicht über viele verschiedene Anbieter verteilen. Lediglich fünf Prozent der Befragten sieht keinen Vorteil in einem zentralisierten Portfolio und geht ausschließlich nach dem günstigsten Preis.

### Service, Kontaktpflege und Online-Strategie entscheidend

72 Prozent der Befragten haben ihren Hauptversicherer aufgrund der Servicequalität ausgesucht. Auch der Preis spielt für mehr als die Hälfte eine Rolle, ist jedoch nur für 8 Prozent der entscheidende Faktor.

Carsten Mangels, Studienautor und Senior Consultant bei Simon-Kucher, erklärt:



Auch beim Thema Kundenkontakt lassen viele Versicherer Potenzial liegen: Nur jeder vierte Befragte hatte im letzten Jahr Kontakt zu einem seiner Versicherer; mehr als die Hälfte der Kunden hatte noch nie ein Servicegespräch oder kann sich an dieses nicht mehr erinnern.

Dabei lohnen sich regelmäßige Interaktionen für Versicherer durchaus, da Teilnehmer mit regelmäßigem Umgang mit ihren Versicherern häufiger einen Hauptversicherer haben und gleichzeitig zufriedener sind.

### Digitalisierung als Herausforderung

Online-Kunden haben nicht nur seltener einen Hauptversicherer sondern ebenfalls weniger Verträge.

Frank Gehrig erläutert:

- Um Kunden systematisch auf ihre Bedürfnisse aufmerksam zu machen, gilt es, den Kunden schließlich mit schlagenden Verkaufsprozessen zum Vertragsabschluss zu führen. Wer diese Maßnahmen konsequent und kundenzentriert durchführt, hat die Chance auf eine bis zu drei Mal so hohe Abschlussquote.“

Bild: © Elnur / fotolia.com

Versicherungs- und Finanznachrichten

# expertenReport



<https://www.experten.de/id/4945482/treue-kunde-gewinnen/>