



Standardisierung schafft Freiräume für individuelle Beratung

Von **Hannes Mitterhauser**, Vertrieb Versicherungskurier

„Informieren, informieren, informieren“, so lautet die Maxime eines jeden selbstständigen Beraters, der seinen Mitbewerbern immer einen Schritt voraus sein will. Vor allem in der heutigen Zeit wird die Aufrechterhaltung der persönlichen Beziehung durch äußere Einflüsse für den Einzelnen immer schwieriger. Direkte und persönliche Kundenbeziehungen und Kundenbindungen kosten viel Zeit und Geld.

Warum ist es so wichtig, den Kunden zu informieren?

- Einerseits wird den Versicherungsmaklern und Finanzdienstleistern eine gesetzliche Informationspflicht auferlegt.
- Andererseits zeigen Erfahrungen, dass das Geschäft verloren geht, wenn der Kunde nicht über den genauen Leistungsumfang seines Beraters informiert ist.
- Regelmäßige schriftliche Information ist ein persönliches Service am Kunden. Der Kunde wird dadurch indirekt betreut, ohne dass man ihn selbst besuchen muss.
- Die dadurch gewonnene Zeit rechnet sich und kann in die persönliche Betreuung von Schlüsselkunden und Neukunden investiert werden, was wiederum einen Mehrverdienst bedeutet.

Informationsträger Nummer eins sind trotz ständiger Nutzung neuer Technologien nach wie vor die traditionellen Printmedien, denn hier bleibt im Gegensatz zur digitalen Reizüberflutung die Information konsequenter haften. Mit der Zeitung setzt sich der Leser grundsätzlich viel mehr und länger auseinander als zum Beispiel mit einem per E-Mail verschickten Newsletter.

Mit einer eigenen Zeitung hat ein Unternehmen, das seinen Absatz fördern und Kundenpotenziale steigern und aktivieren will, vor allem im regionalen Bereich die größtmögliche Chance, all seine Kunden effizient zu erreichen und zu informieren.

Die eigene Kundenzeitung als professionelles Marketinginstrument hält nicht nur über Produkte und Neuerungen auf dem Laufenden, sondern vermittelt vor allem Kompetenz und steigert das Image. Neukundengewinnung kostet zehnmal mehr Geld als die erfolgreiche Pflege bestehender Kundenbeziehungen. Am besten pflegt man diese nachhaltig mit Kommunikation und Information, sprich einer Kundenzeitung.

Diese wird bereits von vielen erfolgreichen Unternehmen, unabhängig von deren Größe, quer durch alle Branchen eingesetzt. Optimal ist es, seine Kunden in Form eines solchen Mediums regelmäßig, am besten viermal jährlich, zu informieren, denn Botschaften, die in diesem Abstand vermittelt werden, bleiben in den Köpfen der Kunden und entwickeln eine entsprechende Wirkung.

Die Erstellung einer eigenen Kundenzeitung gestaltet sich meist als sehr anspruchsvoll. Aus diesem Grund sollte jeder Unternehmer sein Zeitkontingent und seine Ressourcen hinterfragen und überlegen, ob er sich diesem niveaullastigen Unterfangen selbst stellt, oder dieses an einen der vielen professionellen Anbieter in Österreich mit Medien- und Branchenerfahrung auslagert. ■