

## Wie Vermittler vom digitalen Wandel profitieren können

**„Der digitale Weg – Das Praxishandbuch für Vermittler, die vom digitalen Wandel profitieren möchten“ von Wolfram Lefèvre zeigt Möglichkeiten und praktischen Schritte zum Einstieg und zur Optimierung elektronischer Geschäftsprozesse auf. Das Werk ist exklusiv für Premium-Abonnenten des VersicherungsJournals kostenlos.**

„Das Schlagwort ‚Digitalisierung‘ hängt seit geraumer Zeit wie ein Damoklesschwert über der Versicherungsbranche.“ So leitet Wolfram Lefèvre sein Buch „Der digitale Weg – Das Praxishandbuch für Vermittler, die vom digitalen Wandel profitieren möchten“ ein.

Es zeige sich bei dem Thema eine große Unsicherheit bei zahlreichen Vermittlern, schreibt der Geschäftsführer der Expertenhomepage GmbH weiter, aber: „Die Besorgten möchte ich beruhigen – auch wenn Sie bisher mit Technik nicht viel am Hut haben, können Sie den digitalen Weg einschlagen. Starten Sie am besten heute!“

Gleichzeitig warnt er davor, sich dem Thema zu verschließen: „Wenn Sie es verpassen, die Möglichkeiten der Digitalisierung für eine effizientere Arbeit, aber auch für eine für Ihre Kunden komfortablere Betreuung zu nutzen, werden Sie einen deutlichen Wettbewerbsnachteil gegenüber Ihren Mitbewerbern bekommen.“



Wolfgang Lefèvre (Bild: Expertenhomepage GmbH)

### Was für die Kunden gut ist, kann für Vermittler nicht schlecht sein

Lefèvre ist „überzeugt, dass die Digitalisierung der Versicherungsbranche ein Segen für den Versicherungskunden ist: Sie bringt mehr Transparenz, komfortablere Beratungs- und Abschlussmöglichkeiten und nicht zuletzt sicher auch neue innovative Produkte, die wir heute noch gar nicht kennen.

Was für Ihre Kunden gut ist, kann für Sie als unabhängiger Vermittler, der dem Wohl seiner Kunden verpflichtet ist, nicht schlecht sein.“

### Die Homepage als Knotenpunkt

Wenig überraschend kommt von dem Anbieter von Internetseiten für Versicherungsmakler der Rat: „Ihre Makler-Homepage dient dabei als Knotenpunkt der von Ihnen genutzten digitalen Kanäle – Ihrer digitalen Wege: Egal ob Sie Online-Beratung nutzen, ob Sie Kunden-Newsletter versenden oder in den sozialen Netzwerken aktiv sind – auf Ihrer Homepage laufen diese Wege zusammen.“

Der Internetauftritt sollte nach Lefèvres Ansicht das primäre Ziel verfolgen, die bisherige Zielgruppe anzusprechen. Je spitzer diese definiert sei, desto zielgerichteter könne sie erreicht werden.

Hilfreich sei eine Positionierung als Experte in einem speziellen Gebiet. Das spreche die Zielgruppe stärker an und erleichtere die Suchmaschinen-Optimierung, um von potenziellen Neukunden leichter gefunden zu werden.

## **Fünf Sekunden Zeit zum Überzeugen**

Besucher würden in den ersten fünf Sekunden entscheiden, ob ihnen eine Internetseite seriös erscheint und ob sie ihnen mit hoher Wahrscheinlichkeit die passende Antwort auf ihre Frage bieten kann.

Deshalb komme es auf das Gesamtpaket aus Konzept, Design und Inhalt an, schreibt Lefèvre. Vom Seitenlayout über das Corporate Design, Auswahl und Positionierung der Inhalte, dem Gestalten von Texten und Bildern und dem Einsatz von vertrauensbildenden und Service-Elementen bis zu technischen Aspekten behandelt das Buch das Thema umfassend.

Dazu wird ein Musterbeispiel erläutert. Ausführlich behandelt wird auch, wie man die Besucher der Website dazu bringt, eine Anfrage zu stellen oder ein Produkt zu kaufen.

## **Zehn digitale Wege zum Geschäftserfolg**

Um Besucher auf die Homepage zu bekommen, müsse sie über möglichst viele digitale Kanäle an die Zielgruppe angebunden werden. Dazu zeigt Lefèvre zehn Wege auf.

Das Spektrum der besprochenen Möglichkeiten reicht von Suchmaschinen über Googles lokales Branchenbuch und Anzeigen, Video- und Online-Beratung, Landingpages, Kunden-Newsletter, Autoresponder, interaktive E-Mail-Signaturen, Social Media bis zu Kundenportalen und digitalen Prozessen.

Das Thema Video- und Online-Beratung wird in dem Buch von [Jan Helmut Hönle](#) vertieft. Der Versicherungskaufmann und Marketingspezialist publiziert auch [im VersicherungsJournal](#).

## **Gastautoren bringen Expertenwissen ein**

Sasha Justmann, Mitgründer und Geschäftsführer der [Zeitsprung GmbH & Co. KG](#) und Geschäftsführer des Maklerhauses [EH-24 GmbH & Co. KG](#) zeigt auf, wie die Arbeitsprozesse im Maklerbüro digitalisiert werden können.

Dabei skizziert er einen möglichst zeitsparenden und fehlerfreien Datenfluss zu den Kunden und den Produktpartnern und welche Anforderungen an die Kundenverwaltungs-Lösung des Vermittlers zu stellen sind.

Die rechtlichen Rahmenbedingungen für den Betrieb einer Internetseite beschreibt Maximilian Mayer, geschäftsführender Gesellschafter der [Süddeutschen Datenschutzgesellschaft mbH](#). Er warnt vor rechtlichen Fallstricken bei Informationspflichten, dem Impressum, der Datenschutzerklärung, Haftungsausschlüssen sowie der Nutzung von fremden Bildern, Videos und Texten.

Als weiterer Gastautor bringt Robert Zimmerer, Geschäftsführer der [Initiative Maklererfolg UG](#), sein Expertenwissen in das Buch ein. Er beschreibt, wie die Generationenberatung durch digitale Prozesse unterstützt werden kann.

## Praxisgerechte Übersicht zu Möglichkeiten und Hilfen



Bild: Expertenhomepage GmbH

Das Buch ist ein gutes Beispiel dafür, wie man sich seiner Zielgruppe als Experte und Problemlöser präsentiert und dabei auch die eine oder andere Werbebotschaft für sein eigenes Produkt lanciert.

Diese werblichen Hinweise stehen allerdings hinter den fachlichen Inhalten deutlich zurück. Das Werk hält, was die Bezeichnung Praxishandbuch verspricht.

Es gibt Versicherungsmaklern, die mit der Digitalisierung ihrer Geschäftsprozesse erst am Anfang stehen oder die den nächsten Schritt gehen möchten, eine ausführliche Übersicht über die Möglichkeiten und verfügbare Hilfestellungen.

Das Buch ist auch für weniger technik-affine Menschen gut lesbar. Zur Verständlichkeit tragen auch zahlreiche praktische Beispiele bei.

### Lesetipp

„Der digitale Weg – Das Praxishandbuch für Vermittler, die vom digitalen Wandel profitieren möchten“ von Wolfram Lefèvre umfasst 117 Seiten. Es ist im Eigenverlag bei der [Expertenhomepage GmbH](#) erschienen. Es kostet als gebundene Ausgabe (ISBN 978-3000510502) 24,50 Euro und als E-Book 19,50 Euro.

Premium-Abonnenten des VersicherungsJournals können das E-Book bei der Expertenhomepage GmbH kostenlos erhalten. Der Link zu der entsprechenden exklusiven Anforderungsseite wird am kommenden Montag an alle Abonnenten versandt.

So können Leserinnen und Leser, die sich bis zum 23. Dezember um zwölf Uhr [zum Premium-Abo des VersicherungsJournals anmelden](#), diese kostenlose Zugabe ebenfalls erhalten.

Claus-Peter Meyer