

Kundenbetreuung durch Makler ist ein Mythos

finanzwelt.de/kundenbetreuung-durch-makler-ist-ein-mythos

July 4, 2018

04/07/2018



Oliver Pradetto, Geschäftsführer blau direkt / Foto: © blau direkt

Für eine wachsende Zahl von Kunden übernehmen inzwischen technologische Systeme die Betreuungsarbeiten der Maklerpartner von blau direkt. Die Kollegen nehmen dies vor allem als Ausbau Ihres Kundenservice und angenehme Arbeitsentlastung wahr. Viele können ihre Personalkosten für den Innendienst reduzieren und feiern Ertragsrekorde. Doch in der Branche sehen viele Kollegen diese Entwicklung skeptisch. Die Betreuung durch einen Menschen sei intensiver und qualitativ der durch Technik überlegen. Wenn dem so ist, kann die Betreuung nur überlegen sein, wenn sie überhaupt stattfindet. Die gefühlte Wahrheit des Maklers gründet auf seiner Tagesarbeit. Einen wesentlichen Teil seiner Zeit verwendet er um Kunden im Schadensfall zu unterstützen, Umzugsmeldungen oder Bankänderungen zu verarbeiten oder Kunden Auskünfte zu erteilen. Wenn er schließlich kaum noch zum Verkauf oder anderen Aktivitäten kommt, weil ihn diese Betreuungsarbeiten binden, bestimmt dies seine Wahrnehmung, denn seine eigene Beschäftigung lässt ihn glauben, dass seine Kunden seine Betreuung schätzen. Emotional ist das nachvollziehbar denn es untermauert sein Engagement und kundenorientierte Einstellung. Allerdings bedeutet dies noch lange nicht, dass der Makler seine Kunden tatsächlich intensiv betreut. Denn praktisch erreichen die genannten Betreuungsangebote

nur denjenigen Kunden, die diese einfordern. Was wäre, wenn dies eine Minderheit in seinem Bestand wäre? Oder was ist mit wichtigen Betreuungsanlässen, nach denen der Kunde nicht von sich aus fragt? Werden diese ungefragt erbracht?

Wir haben einen Faktencheck gemacht.

Nur 29% aller Makler informieren ihre Kunden nach einem Kfz-Schaden, wenn sie durch einen Vertragswechsel ihre Schadensfreiheitsklasse bewahren können.

Gerade einmal 14% aller Makler unterbreiten ihren Kunden alternative Angebote nach Beitragserhöhungen.

Nur noch 6% warnen ihre Kunden nach einer Mahnung vor den möglichen Folgen.

Nicht einmal 4% bieten Kunden nach Ablaufleistungen aktiv die Wiederanlage an.

Das sind 4 wichtige Anlässe für Betreuungsbedarf von denen der Makler nahezu immer Kenntnis erhält. Tatsächlich bleibt die Betreuung in der Mehrzahl der Fälle aus.

Wie bereits dargestellt, bedeutet dies nicht, dass der Makler sich zu wenig um seine Kunden kümmert. Ganz im Gegenteil: Viele Makler mit großen Beständen sind so sehr darum bemüht Services zu leisten, dass ihr Neuverkauf leidet. Es bedeutet aber, dass viele Makler sich durch ihre Wahrnehmung darüber täuschen lassen, was sie tatsächlich zu leisten im Stande sind. Wer diesbezüglich zu einem realistischeren Bild gelangt, vermag sich leichter der Unterstützung durch Technologie zu öffnen, Diese muss den Makler nicht ersetzen. Sie kann ihn ergänzen und zwar so, dass es ihm und seinen Kunden nutzt.

Kolumne von Oliver Pradetto, Geschäftsführer blau direkt