

## Warum Bestandskunden mit Online-Portalen fremdgehen: Der falsche Glaube an die gute Kundenbindung

**Erfolgreiche Makler, die in kürzester Zeit den Bedarf ihrer Kunden abdecken, fix deren Unterschriften einsammeln und dafür super Bewertungen bekommen, gehen häufig davon aus, eine gute Beziehung zum Kunden zu haben. Das ist ein Irrtum, meint Blau-Direkt-Chef Oliver Pradetto.**

Erfolgreiche Makler leiden häufig unter einer kognitiven Wahrnehmungsverzerrung, schreibt Oliver Pradetto vom Maklerpool Blau direkt auf dem Portal [Cash Online](#). Der Grund: Der Makler sitzt dem Kunden gegenüber, hat ein nettes Gespräch und schließt einen Vertrag. Das fühlt sich gut an. Er denkt, alles bestens - das ist die Wirklichkeit. Aber: "Was ist mit dem Kunden, bei dem er gerade nicht sitzt", so Pradetto.

Die Antwort: Da der erfolgreiche Makler den Bedarf seines Kunden bereits vollständig abgedeckt hat, gibt es für ihn keinen Grund mehr, sich beim Kunden zu melden. So gehen Jahre ins Land, ohne dass es einen Kontakt zwischen Makler und Kunde gab. Pradetto: "Glauben Makler wirklich, Kunden, die sie drei Jahre lang nicht sehen, haben eine gute Beziehung zu ihnen?"

Mit einer Weihnachtskarte oder einem Newsletter könnten Makler keine emotionale Kundenbindung herstellen, ergänzt Pradetto weiter. Deshalb sollten sich Makler nicht wundern, wenn ihre Kunden mit Banken oder Online-Portalen fremdgehen.

Autor: Karen Schmidt

Dieser Artikel erschien am **16.03.2015** unter folgendem Link:  
<http://www.dasinvestment.com/berater/news/datum/2015/03/16/der-falsche-glaube-an-die-gute-kundenbindung/>