



**10 Tipps  
zur Verbesserung  
der Onlineaktivitäten  
von  
Versicherungsvermittlern**

## **1 Lassen Sie ihre Webseite auf allen Endgeräten ideal darstellen**

Mit dem Aufstieg des Smartphones wurde das Internet immer mobiler und mittlerweile erfolgen schon mehr als die Hälfte aller Zugriffe auf Webseiten von mobilen Endgeräten, Tendenz steigend.

Wenn Besucher Ihrer Webseite nur die Originalwebsite mit kleiner Schrift und unübersichtlichen Such- oder Navigationsfunktionen angezeigt bekommen, werden sie sich nicht lange quälen, sondern lieber die Seiten von Wettbewerbern aufrufen, die ihnen die gesuchten Informationen besser aufbereiten.

Eine Webseite muss heutzutage im sogenannten Responsive Design gestaltet sein. Das bedeutet, sie passt sich automatisch an das jeweilige Endgerät ihrer Nutzer an und wird sowohl am Computer, als auch auf dem Smartphone oder iPad immer optimal angezeigt wird.

Die mobile Optimierung ist nicht nur kundenfreundlich, sie ist auch wichtig für das Google-Ranking. Es gilt als sicher, dass Google bei Suchanfragen übers Handy bevorzugt mobil optimierte Websites ausgibt. Wer sich dem nicht stellt, riskiert heftige Einbußen in der Sichtbarkeit bei dem Suchmaschinenriesen.

## **2 Binden Sie ihre Webseitenbesucher stärker an sich**

Sie veröffentlichen eigene Artikel auf ihrer Webseite und haben eine treue Leserschaft? Machen Sie mehr daraus! Bieten Sie zum Beispiel am Ende eines Artikels passende weiterführende Inhalte zum Download im Tausch gegen die E-Mail-Adresse an.

Oder fordern Sie die Leser dazu auf, sich für einen Newsletter anzumelden, um immer über die neuesten Artikel informiert zu werden.

So gelangen Sie ganz einfach an E-Mail-Adressen von Personen, die Ihnen aufgrund ihrer Webseite vertrauen. Und mit der E-Mail-Adresse von Menschen haben Sie einen direkten Kanal zu ihnen.

In Zukunft können Sie diese E-Mails nutzen, um sich kontinuierlich ins Gedächtnis zu rufen und mit Hilfe einer E-Mail-Kampagne aus ihren Webseitenbesuchern Kunden zu machen.

### **3 Nutzen Sie die eingesammelten E-Mail-Adressen zielgerichtet**

Welche Informationen geben Sie heute bereits per automatisierten Emails weiter? Direkt nachdem Sie die Emailadresse potentieller Kunden wie in Punkt 2 beschrieben haben, eingesammelt haben, können Sie beginnen! Senden Sie Ihren neuen Lesern aufeinander aufbauende Emails zu wichtigen Themen.

Was sich jetzt möglicherweise aufwendig anhört, ist der Grundstein für eine entspannte Art der Kundenqualifizierung: Sie bereiten die Emails als sogenannte Autoresponderemails einmalig vor und versenden sie dann, wenn sich ein Leser neu einträgt.

Da Sie wissen, auf welcher Ihrer Webseiten sich ein User einträgt, können Sie exakt steuern, welche Inhalte er zu welchem Zeitpunkt erhält.

Das erleichtert später auch den Follow-up Prozess beispielsweise per Telefon: Sie kennen exakt den Kenntnisstand Ihrer Interessenten und können Ihr Angebot zielsicher darauf ausrichten.

### **4 Optimieren Sie ihren Google My Business-Eintrag**

Mit Google My Business haben Sie die Möglichkeit einfach und schnell kostenlose Brancheneinträge zu erstellen und diese zentral zu verwalten.

Durch Ihren Eintrag bei Google My Business werden Ihre Unternehmensangaben sowohl in Google Maps als auch in den organischen Ergebnissen der Google-Suche und auf Google+ bestens dargestellt. Der Eintrag Ihres Unternehmens bei Google My Business ist damit sicherlich der relevanteste Brancheneintrag, den Ihre Firma im Netz haben kann.

Erstellen Sie ihr My Business-Profil, überprüfen Sie ob alle grundlegenden Informationen (Adresse, Telefonnummer, Webseite etc.) richtig und vollständig sind und versehen Sie es im besten Fall mit einem hochwertigen Bild.

## 5 Werden Sie Experte in relevanten Online Netzwerken oder Foren

Über alle Branchen hinweg informieren sich Kunden immer mehr proaktiv, bevor es zum Kauf kommt. So auch bei Versicherungsprodukten. Neben der berühmten Google-Suche werden seit jeher auch immer regionale oder themenspezifische Foren und Gruppen genutzt.

Werden Sie in solchen Gruppen aktiv und stehen Sie mit fundierten Ratschlägen zur Seite.

Wichtig ist hierbei, dass Sie sich grundlegend für das Thema interessieren. Mögen Sie bspw. Hunde, dann werden Sie in einem Hundehalterforum aktiv oder wenn Autos ihre Leidenschaft sind, dann werden Sie in einem Auto-Tuning-Forum aktiv. Beantworten Sie hier die versicherungsspezifischen Fragen und positionieren sich somit als Experte zu Versicherungsthemen.

Dieser Status wird Ihnen zugutekommen, wenn sich ein Mitglied mit Versicherungen beschäftigt und überlegt, wem man hierbei vertrauen kann.

**ACHTUNG:** Versuchen Sie nicht direkt in den Foren oder Gruppen Produkte zu verkaufen!

So erfüllen Sie nicht nur das negative Bild eines Versicherungsverkäufers und verspielen so den möglicherweise bereits erreichten vertrauenswürdigen Expertenstatus. Üblicherweise werden reine Verkäufer auch ziemlich schnell aus Gruppen und Foren herausgeworfen.

## **6 Lassen Sie ihr Kunden für sich sprechen**

Dass Nutzer sich im Internet immer mehr selbst informieren, bevor sie Angebote einholen bzw. Kontakt aufnehmen, ist sicherlich keine Neuigkeit für Sie. Und es wird Sie gewiss auch nicht überraschen, dass Bewertungen und Empfehlungen auch in der digitalen Welt eine kaum zu unterschätzende Überzeugungskraft besitzen.

Bewertungsportale geben Ihnen als Vermittler die Möglichkeit, Ihre Beratungsqualität über Ihren bestehenden Kundenstamm hinaus bekannt zu machen und so direkt neue Kunden zu gewinnen.

Richten Sie sich Profile in relevanten Bewertungsportalen wie kennstdu.einen oder provenexpert ein und bitten Sie ihre zufriedenen Kunden Sie zu bewerten, um somit potentielle Neukunden von Ihrer Beratungsqualität zu überzeugen.

## **7 Zeigen Sie auf ihrer Webseite wie zufrieden Ihre Kunden sind**

Steigern Sie die eigene Reputation auf ihrer Seite, indem Sie ihre ausgezeichneten Bewertungen von den Portalen auf ihrer eigenen Webseite integrieren. Hierfür stellen die Portale Bewertungssiegel zur Verfügung, die Sie ganz einfach in Ihre Seite einbauen können.

Achten Sie hierbei darauf, dass Sie das Siegel nicht verstecken sondern gut sichtbar auf jeder Seite implementieren. Denn es darf ruhig jeder Besucher ihrer Webseite sehen, wie zufrieden ihre Kunden mit Ihnen sind.

## **8 Veröffentlichen Sie die richtigen Inhalte in der richtigen Form**

Sie sind auf sozialen Netzwerken aktiv, aber irgendwie funktioniert das nicht? Sie bekommen keine Fans, Follower oder Abonnenten, keine Likes oder Kommentare und schon gar keine neuen Kunden?

Warum ist das so?

Es liegt wahrscheinlich an ihren Inhalten. Denn warum sollten Menschen ihre Beiträge lesen und nicht die von anderen? Hinterfragen Sie ihren Inhalt mit gesundem Menschenverstand: Interessiert meine Fans dieser Inhalt wirklich? Würde ich selbst den Inhalt interessant finden?

Wenn es nicht am Inhalt liegt, dann vielleicht an seiner Form. Denn vielleicht sieht ihre Zielgruppe den Betrag nicht oder überliest ihn. Achten Sie deshalb stets darauf, dass ihre Beiträge ausdrucksstarke Bilder besitzen.

Sofern ein Link den sie veröffentlichen nicht automatisch ein Bild übermittelt, fügen Sie selbst eines hinzu. Denn ein Bild macht den Beitrag viel auffälliger für ihre Zielgruppe und somit steigt die Wahrscheinlichkeit, dass Nutzer bei einem guten Bild „hängenbleiben“.

## 9 Erreichen Sie Fans, Follower und Abonnenten zur richtigen Zeit

Niemand käme auf die Idee, neue Inhalte um 12 Uhr nachts über Social Media Kanäle zu präsentieren. Aber auch während der normalen Arbeitszeiten gibt es Zeiten, zu denen es günstiger ist zu posten und Zeiten, zu denen ihr eher nicht posten solltet.

In den Facebook Insights und anderen Tools können Sie bspw. sehr schnell herausfinden, wann die Fans der eigenen Fanseite am aktivsten sind und wann Sie es somit auch sein sollten.

### **Als einfache Faustregel gilt:**

Versetzen Sie sich in ihre Zielgruppe hinein. Wann wird diese am ehesten den Beitrag, den Sie veröffentlichen möchten, lesen? Morgens zum Frühstück? In der Mittagspause? Während der Arbeitszeit? Auf dem Weg zur Arbeit? Abends? Jede Zeit kann die richtige sein, es kommt immer auf die Zielgruppe an!

## 10 Machen! Jetzt!

Jeder der sich Listen wie diese durchliest, ist bewusst oder unbewusst innerlich schon der Meinung, dass er irgendwas in seiner Kundenkommunikation ändern müsste. Und auch nachdem man sie gelesen hat, glaubt man das ein oder andere irgendwann umsetzen zu müssen.

Genau hier ist das Problem!

Denn erfahrungsgemäß kommt irgendwann nie, sondern immer der Alltag dazwischen. Denken Sie an die 78 Stunden Regel, welche besagt, dass bei Vorhaben, die man nicht innerhalb von 72 Stunden beginnt umzusetzen, die Wahrscheinlichkeit der Realisierung auf 1% sinkt.

Der letzte Tipp ist somit auch der entscheidende:

**Wenn Sie jetzt davon überzeugt sind etwas in ihrem Onlinemarketing zu verändern, dann fangen Sie genau jetzt an!**

Schieben Sie es nicht auf! Picken Sie sich einen Punkt heraus und beginnen Sie mit der Umsetzung. Und falls Sie Fragen haben, oder Hilfe bei der Umsetzung benötigen, dann kontaktieren Sie MyNutzen. Es wird Ihnen nützen. Versprochen!

### Kontakt

Michael Krüger  
MyNutzen.de Group  
Gustav-Linden-Str. 53  
D-40878 Ratingen

Telefon: +49 (0) 1794990082  
Telefax: +49 (0) 210253576450  
E-Mail: [krueger@mynutzen.de](mailto:krueger@mynutzen.de)

## Haftungsausschluss und rechtlicher Hinweis:

Dieser Ratgeber wurde nach bestem Wissen und Gewissen recherchiert und zusammengestellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Umsetzbarkeit können wir jedoch keinerlei Haftung übernehmen.

Sprechen Sie vor der Umsetzung unbedingt mit Ihrem rechtlichen und steuerrechtlichen Berater!

Die MyNutzen.de Group ist für etwaige Schäden nicht haftbar zu machen. Jeder Anwender ist für seine Umsetzung selbst verantwortlich.

Die unerlaubte Weitergabe, Vervielfältigung oder sonstiges Inverkehrbringen ist ausdrücklich untersagt. Dieses Material steht Ihnen zur firmeninternen Verwendung zur Verfügung.