



Maklerbetreuung 2.0: Coaching- und Consultingkompetenzen als Mehrwert

Erfolgreiche Makler sind gefragt. Was für den Makler gut ist, wird für die Versicherungsunternehmen zunehmend schwieriger. Wie gewinnt man den Wettbewerb um die erfolgreichen Makler? Was muss sich dafür in der Maklerbetreuung verändern?

Bekanntermaßen haben Versicherungsmakler die Wahl, mit welchen Versicherern sie zusammenarbeiten. Und in der Regel haben sie klare Erwartungen an einen Produkt- und Servicepartner, die auf seiner Vision, seinen Zielen und seinen verschiedenen Rollen basieren. Diese Rollen sollen nachfolgend betrachtet werden.

Rolle 1: Der Makler ist Unternehmer

Der Makler wird häufig noch als Produktabnehmer und Verkäufer gesehen. Aber er ist auch Unternehmer. In dieser Rolle ist er Strategie, kreativer Kopf, Planer, Macher, Leader und Problemlöser nach innen und außen. Dafür braucht er eine adäquate Betreuung, einen professionellen Service und effektive digitale Tools, die sich an seinen aktuellen Themen orientieren. Diese

Leistungen sind und bleiben wichtig, sind aber mittlerweile Hygienefaktoren, also Basisleistungen, welche vom Makler erwartet werden.

Als erfolgreicher Unternehmer hat der Makler eine Vision und unternehmerische Ziele. Oft ist festzustellen, dass Maklerbetreuer diese Vision und die Ziele nicht bekannt sind. Grund: Der Makler wird nicht danach gefragt. Entweder ist dafür der Fokus nicht vorhanden oder der Maklerbetreuer traut sich nicht zu fragen. Deren Kenntnis wird jedoch zu einem äußerst wertvollen Mehrwert, wenn die Leistungen und Angebote auf die Vision und Ziele des Maklers einzahlen, sie ihn also dabei unterstützen, diese schneller, zuverlässiger und effizienter zu erreichen. Dabei geht es um Themen wie der Positionierung im Markt, der Wettbewerbsfähigkeit, der Gewinnung, Führung und (Ver-)Bindung von/zu Mitarbeitern,

einer effektiven Organisation und effizienter Prozesse zur Steigerung der aktiven und damit umsatzgenerierenden Vertriebszeit.

Tipp: Den Makler als Unternehmer in den Fokus der Beratung zu stellen und gemeinsam mit ihm zieladäquate Maßnahmen zu entwickeln, die ihn in seinem Business stärken und seine Performance weiter steigern, wird zu einem außergewöhnlichen Mehrwert.

> Für die Maklerbetreuung 2.0 sind Consulting-Kompetenzen von großem Nutzen.

Rolle 2: Der Makler ist Verkäufer

Diese Zeit wird von vielen Kunden (und Maklern) als äußerst unsicher wahrgenommen. Kaufzurückhaltung, Beitragsfreistellungen sowie eine Zunahme der Stornoquoten sind Ausdruck von Ängsten und

Unsicherheiten. Neugeschäft zu generieren, wird unter diesen Bedingungen zu einer großen Herausforderung.

Zu diesem Ergebnis kommt auch eine repräsentative Umfrage des Beratungsunternehmens Simon-Kucher & Partners. Darin gaben 74,3% der befragten Bundesbürger an, dass für sie als Folge der Inflation der Abschluss einer Lebensversicherung unwahrscheinlicher geworden ist (Quelle: Pfefferminzia.de, 25.11.2022). Unter diesen Bedingungen auch 2023 Neugeschäft zu generieren, erfordert eine klare Strategie, eine gewinnende Ansprache, ein optimistisches wie empathisches Mindset, aber auch die Abkehr von klassischen Verkaufsmethoden.

Tipp: Der Makler kann jetzt in zweierlei Hinsicht eine stabilisierende und damit wichtige Rolle für seine Kunden einnehmen:

- In der Beratung von Versicherungsprodukten geht es um die Absicherung des Kunden, seiner Familie und seines materiellen Wohlstandes. Mit jeder gut geführten Beratung leistet der Makler einen wertvollen Beitrag für die Absicherung seiner Kunden. Gerade in Krisenzeiten sind Menschen auf der Suche nach dem Gefühl von Sicherheit.
- Der Makler kann mit einer kompetenten Beratung und einer verständnisvollen, einfühlsamen Kommunikation die Verbindung zu seinem Kunden vertiefen und echten Mehrwert bieten, so zum Beispiel mit der Analyse von finanziellen Einsparmöglichkeiten.

Viele Makler sind jedoch selbst verunsichert. Deshalb geht es in der Maklerbetreuung auch darum, den Makler zu einem optimistischen, gewinnenden Mindset zu führen und zu coachen. Dazu sind psychologisches Wissen über das Denken und Verhalten von Menschen sowie praktische Tools zu deren Veränderung von großem Nutzen, um auch unter schwierigen Bedingungen souverän, mit klarem Fokus und positivem Mindset die Kunden zu beraten:

Der Makler und seine Rollen



Der Unternehmer



Der Verkäufer



Der Mensch

Quellen: © Miha Creative – stock.adobe.com, © Rustam Kholov – stock.adobe.com, © GVS – stock.adobe.com

- „Ich ermögliche meinem Kunden das gute Gefühl von Sicherheit in unsicherer Zeit.“
- „Ich Sorge für den Schutz des Kunden vor Vermögensverlust.“
- „Ich Sorge für Einsparmöglichkeiten bei meinem Kunden und nehme ihm die Angst.“

Tipp: Kunden wollen nichts verkauft bekommen, sie wollen kaufen! Deshalb sind viele Kunden aktuell zurückhaltend, wenn es (gefühl) um Verkaufstermine geht. Sie haben die Befürchtung, dass ihnen ein kommunikativ gut geschulter Verkäufer ein Produkt „verkaufen“ will. Klare Vorteile haben hier Makler (und Maklerbetreuer) die Verkaufsprozesse durch Kaufprozesse ersetzen und so den Kunden (und den Makler) „kaufen lassen“. Mit Value Selling gelingt dies sehr erfolgreich und auf eine wertebasierte und nachhaltige Weise.

> **In der Maklerbetreuung 2.0 ersetzt der Kaufprozess den klassischen Verkaufsprozess.**

Rolle 3: Der Makler ist Mensch

Maklerbetreuung 2.0 bedeutet auch, den Makler als Mensch mit seinen Problemen, Wünschen und Sehnsüchten wahrzunehmen. Unsicherheiten über die Zukunft, Zeit- und Erfolgsdruck, Stress, innere Konflikte, wie zum Beispiel Beruf und Familie gerecht zu werden, sind nur einige der Themen, die ihn aktuell beschäftigen. In meinen Seminaren, Trainings und Coachings habe ich die Erfahrung gemacht, dass viele Maklerbetreuer eine gute menschliche Verbindung

zu ihren Maklern aufbauen können. Auch in Zukunft wird dies ein wichtiger Baustein für eine erfolgreiche Zusammenarbeit sein. Doch das wird nicht ausreichen. Der Maklerbetreuer der neuen Generation ist auch ein guter Coach. Er ist in der Lage, den Makler zu neuen (Selbst-)Erkenntnissen und Lösungen seiner Probleme zu führen. Ihm wieder mehr Sinn, Erfüllung und Motivation in seiner Arbeit zu ermöglichen und ihm persönlich, zu der gewünschten persönlicher Balance zu verhelfen.

> **Der Maklerbetreuer 2.0 ist auch Coach des Maklers.**

Fazit: So den Wettbewerb gewinnen

Wer den Makler in seinen Rollen und mit seinen Herausforderungen als Unternehmer, Verkäufer und als Mensch in den Mittelpunkt rückt, ihm passgenauen Mehrwert bietet und ihm die Erreichung seiner Ziele ermöglicht, wird den Wettbewerb um den erfolgreichen Makler gewinnen.

Roland Löscher

Der Experte für Vertrieb und Veränderung berät Unternehmen und coacht Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Sport und Gesellschaft. An der LCC Akademie (LÖSCHER Coaching | Consulting) bildet er Führungskräfte und Verkäufer aus. Weitere Informationen unter: rolandloescher.com

