

Leitfaden zur Einbindung in Marketing, Kommunikation und Vertrieb



Thomas Bethke
Versicherungsbetriebswirt/DVA

Eine gezielte Kommunikation ist heutzutage für jedes Unternehmen das A&O. Neben dem Bestreben, die Kunden gut zu informieren und immer auf dem Laufenden zu halten, geht es vor allem auch darum, Vertrauen aufzubauen.

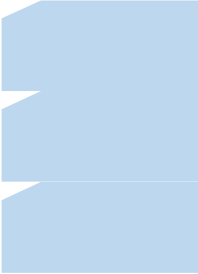
Nur so können Geschäftsbeziehungen auf Dauer erfolgreich funktionieren. Dies gilt auch und vor allem für Beziehungen in der Versicherungsbranche.

Die Kundenzeitungen von V-aktuell haben sich in den vergangenen Jahren als Kundenbindungsinstrument etabliert. Unsere Kunden schätzen V-aktuell, weil sie damit ihre Kommunikationsziele erreichen.

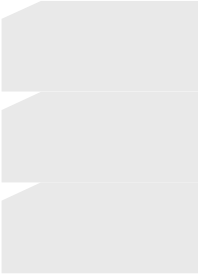
10 Profi-Tipps zum optimalen Einsatz Ihrer Kundenzeitungen:

Leitfaden zur Einbindung in Marketing, Kommunikation und Vertrieb

TIPP 1 **Mitarbeiter - Information**



Informieren Sie Ihre Mitarbeiter über die wichtigsten Themen Ihrer Kundenzeitung. Führen Sie beispielsweise direkt vor dem Versandtermin eine Mitarbeiterbesprechung durch. Je mehr Ihre Mitarbeiter über die veröffentlichten Themen wissen, desto glaubwürdiger erscheinen Sie und Ihre Kundenzeitung.



Entsteht ein schlechter Eindruck aufgrund fehlenden Fachwissens, bzw. mangelnder Kenntnisse über den Inhalt Ihrer Kundenzeitung, kann dieser nur sehr schwer wieder relativiert werden.

V-aktuell unterstützt Sie mit Hintergrundinformationen zu allen Artikeln. Diese stehen Ihnen auf unserer Homepage dauerhaft zur Verfügung. Mit den Kundenservice-Newslettern März und September senden wir Ihnen die Informationen und Links.

TIPP 2

Erfüllen Sie Ihre Informationspflichten

Binden Sie Ihre Kundenzeitung thematisch in Ihre Kundengespräche ein.

Nehmen Sie beispielsweise einen Artikel zum Thema „Berufsunfähigkeit“ als Aufhänger für Ihr Kundengespräch. Zeigen Sie die Bedeutung der Informationen auf. Sprechen Sie mit Ihrem Kunden ausführlich über das Thema und protokollieren Sie dieses.

Ihr Kunde kann dann später nicht behaupten, er hätte die Kundenzeitung nicht erhalten und Sie hätten ihn über dieses und andere Themen Ihrer Kundenzeitung nicht informiert.

Außerdem erhöhen Sie die Aufmerksamkeit Ihrer Kunden für Ihre Kundenzeitung. Sie können sicher sein, die nächste Ausgabe liest Ihr Kunde noch aufmerksamer!

TIPP 3

Dokumentieren Sie Ihren Versandtermin

Dokumentieren Sie zur Haftungsentlastung in Ihrer EDV, ab welcher Ausgabe, ggf. bis zu welcher Ausgabe, Ihr Kunde sich im Verteiler Ihrer Kundenzeitung befindet. Ist dies nicht möglich, archivieren Sie die Empfängerliste elektronisch oder auf Papier.


Hiermit erbringen Sie den Nachweis, welche Ausgaben Ihr Kunde erhalten hat und über welche Themen Sie Ihren Kunden via Kundenzeitung informiert haben. Sie bieten Ihrem Kunden in der Kundenzeitung an, weitergehende Fragen zu beantworten.

Ihre Kundenzeitung ersetzt natürlich kein persönliches Beratungsgespräch.

Aber gerade wenn die Zeit knapp ist, informieren Sie wenigstens in der Schriftform und zeigen Ihren Kunden, dass sie Ihnen wichtig sind.

Ihre Kundenzeitung eignet sich insofern hervorragend, um auch mit B- und C-Kunden, sowie Interessenten einen regelmäßigen Kontakt zu halten.

TIPP 4 **Transparenz ist das Gebot der Zeit**



Ihr Unternehmen sollte keine Black Box sein.
Zeigen Sie Zuständigkeiten auf. Wer ist für Ihre Kunden wann zuständig?
Wie erreiche ich als Kunde oder Interessent meine Ansprechpartner?

Berichte aus Ihrem Unternehmen machen es für Ihre Kunden transparent.

Berichten Sie von Ihrem Firmen-Jubiläum, Ihren neuen Geschäftsräumen, vom erfolgreichen Ausbildungsabschluss Ihres Azubis, den erfolgreichen Weiterbildungen Ihrer Mitarbeiter, Ihren neuen Mitarbeitern oder von Ihrer überarbeiteten Homepage.

Sprechen Sie die Emotionen Ihrer Leser an und lassen Sie Kunden und Interessenten teilhaben. Ihre Kundenzeitung informiert und wirkt so image- und verkaufsfördernd.

Leitfaden zur Einbindung in Marketing, Kommunikation und Vertrieb

TIPP 5

Ein Bild sagt mehr als Tausend Worte

Mit einer Portrait-Aufnahme im Editorial erzielen Sie eine zusätzliche emotionale Bindung Ihrer Kunden. Oder veröffentlichen Sie eine Team-Aufnahme.

Oder noch besser, stellen Sie Ihre Mitarbeiter mit Foto vor.
Geben Sie den Telefonstimmen Gesichter!

Fotos machen neugierig und wecken Emotionen. Fotos senken die Hemmschwelle, Fragen zu stellen. Fotos stärken die Kundenbindung und fördern die Nachfrage. Durch Fotos wirkt Ihre Kundenzeitung viel emotionaler und persönlicher!

Professionelle Fotografie bieten wir Ihnen bundesweit über einen Netzwerkpartner, schnell und günstig zum Fixpreis.

TIPP 6 Nehmen Sie Einfluss auf die Themen Ihrer Kundenzeitung

Nicht jeder Versicherungsvermittler verfügt über Schreibtalent, Koordinationsgeschick und genug freie Zeit, um regelmäßig Artikel zu schreiben.


V-aktuell ist ein Kooperationsmodell „von Kollegen für Kollegen“. Unsere Redaktion besteht aus erfahrenen und erfolgreichen Versicherungsvermittlern.

Eine Kommunikationsspezialistin und ein Lektorat verstärken unser Experten-Team.

Gern nehmen wir Ihre Themenvorschläge bis zum 1. Januar und 1 Juli jedes Jahres entgegen. Senden Sie Ihre Themenvorschläge bitte per Mail an info@v-aktuell.de.

Eine Garantie für die Veröffentlichung können wir jedoch nicht übernehmen, da die Redaktion auf einen ausgewogenen Themen-Mix, hohen Kundennutzen und die Interessen aller Kollegen achten muss.

TIPP 7 Nutzen Sie auch PDF- und Online-Kundenzeitungen



Informationen zum Thema Versicherungen sind abstrakt und für Kunden, häufig schwer zu verstehen. Mit Ihrer haptischen Print-Kundenzeitung hält Ihr Kunde verständliche Artikel in Händen. Sie machen das Thema Versicherungen so im wahrsten Sinne des Wortes begreifbar.

Viele Kunden heften sich die Informationen sogar ab. So bleibt die Wirkung länger erhalten.

Für die meisten Kunden ist die Print-Kundenzeitung die richtige Form zur Ansprache. Für IT-Fans oder Interessenten-Zielgruppen kann auch ein PDF helfen.

Die Online-Kundenzeitungen bieten eine Wissensdatenbank für Kunden und Mitarbeiter. Zahlreiche Funktionen unterstützen die bequeme Online-Lektüre wie: Links, Archiv und Suche. So macht Online-Lektüre wirklich Spaß und Sie werten Ihre Homepage zusätzlich auf!

TIPP 8 **Optimieren Sie den Versand Ihrer Kundenzeitung**

Versenden Sie Ihre Kundenzeitung regelmäßig!
Setzen Sie sich feste Termine, damit Ihre Kunden die Kundenzeitung pünktlich erhalten.

V-aktuell liefert Ihnen die Kundenzeitungen jeweils zum 15. März und 15. September.
Das gibt Ihnen Planungssicherheit.

Versenden Sie die Kundenzeitung allein. Das steigert die Aufmerksamkeit Ihrer Leser!

Untersuchungen haben ergeben, dass die Aufmerksamkeit bei Firmenkunden Mitte der Woche und bei Privatkunden zum Wochenende am höchsten ist. Wollen Sie aus praktischen Erwägungen den Versand nicht nach diesen beiden Gruppen differenzieren, dann lassen Sie Ihren Kunden die Kundenzeitung am Donnerstag zukommen. Ein guter Kompromiss, um viel Aufmerksamkeit bei Geschäfts- und Privat-Kunden zu erzielen.

TIPP 9

Reduzieren Sie Ihre Porto-Kosten!

Versenden Sie Ihre Print-Kundenzeitungen mit der Deutschen Post per Infopost oder Infobrief.

- Infopost für 0,25 EUR je Brief*
- Infobrief ab 50 Sendungen für 0,35 EUR je Brief *

* zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer (Stand 01.12.2011)

Leitfaden zur Einbindung in Marketing, Kommunikation und Vertrieb

TIPP 10 **Entlasten Sie sich von Versandarbeiten!**

Nutzen Sie die mehrstufigen V-aktuell Kuvertier- und Versand-Services!

Print-Kundenzeitungen für Auslagen, persönliche Übergaben und zur Beilage bei Angeboten (für neue Kontakte) empfehlen wir im DIN A4 Format zu bestellen.

1. Für den Versand bestimmte Kundenzeitungen liefern wir Ihnen fertig auf DIN lang Format gefalzt. Sie können Ihre Auflage in DIN A4 und DIN lang Format ohne Mehrkosten (!) in 50er Schritten frei aufteilen.
2. Ihre DIN lang Kundenzeitungen können Sie auch fertig kuvertiert im DIN lang Briefumschlag (ohne Fenster) erhalten. Auf Wunsch bedrucken wir den Briefumschlag auf der Vorderseite mit Ihrem Logo (schwarz oder zweifarbig)
3. Über einen externen Dienstleister bieten wir Ihnen auch die komplette Versandabwicklung an. Ihre Adressen benötigen wir dann als Excel-Datei.

Bitte fordern Sie bei Interesse unsere extra Preisliste an.

Leitfaden zur Einbindung in Marketing, Kommunikation und Vertrieb

Für eine bessere Kunden-Kommunikation!

Print - Kundenzeitungen
PDF - Kundenzeitungen
Online - Kundenzeitungen

Multi-Channel-Marketing,
damit Sie sich auf eine erfolgreiche Kundenbetreuung
konzentrieren können.

Bei Fragen rufen Sie mich gern an:
Telefon: 040 - 642 08 148

oder schreiben Sie an
info@v-aktuell.de



Thomas Bethke
Versicherungsbetriebswirt/DVA