

Ratgeber zur Einbindung in Marketing, Kommunikation und Vertrieb



Thomas Bethke, Versicherungsbetriebswirt/DVA
Experte für erfolgreiche Kunden-Kommunikation

Im heutigen Kommunikationszeitalter ist eine gezielte Kommunikation für jedes Unternehmen das A&O.

Neben dem Bestreben, Kunden gut zu informieren und immer auf dem Laufenden zu halten, geht es vor allem darum, Vertrauen aufzubauen. Nur so funktionieren Geschäftsbeziehungen auf Dauer erfolgreich. Dieses gilt auch und vor allem für Beziehungen in der Versicherungsbranche.

V-aktuell bietet Ihnen ein schlüssiges Gesamtkonzept für Ihre Unternehmens-Kommunikation, sowohl für Print- als auch für Online-Medien.

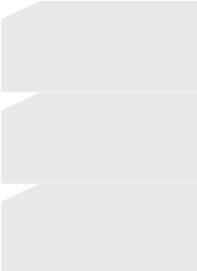
Die Kundenzeitungen von V-aktuell haben sich als Kundenbindungsinstrument bewährt und etabliert.

10 Profi-Tipps zum optimalen Einsatz Ihrer Kundenzeitungen:

TIPP 1 **Mitarbeiter - Information**



Informieren Sie Ihre Mitarbeiter über die wichtigsten Themen Ihrer Kundenzeitung. Führen Sie zum Beispiel direkt vor dem Versandtermin eine Besprechung durch. Je mehr Ihre Mitarbeiter über die veröffentlichten Artikel wissen, um so 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 Hintergrund-Informationen zu vielen Artikeln. Die Fakten stehen für Sie dauerhaft auf unserer Homepage bereit. Mit den Kundenservice-Newslettern März und September senden wir Ihnen die Informationen und Links.

Ihren Mitarbeitern senden wir den Kundenservice-Newsletter auch gern direkt zu.

TIPP 2

Erfüllen Sie Ihre Informationspflichten

Als Vermittler besitzen Sie umfangreiche Informationspflichten gegenüber Ihren Kunden. An Versicherungsmakler werden hier besonders hohe Anforderungen gestellt.

Ihre Kundenzeitung ersetzt natürlich kein persönliches Beratungsgespräch. Aber gerade wenn die Zeit knapp ist, informieren Sie zumindest über andere Kommunikationskanäle.

Binden Sie deshalb Ihre Kundenzeitung in Ihre Beratungsgespräche mit ein. Wählen Sie einen Artikel als Referenz. Zeigen Sie Ihrem Kunden die Bedeutung der Informationen auf. Sprechen Sie 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 Versandtermin und Verteiler

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

So erbringen Sie den Nachweis, welche Ausgaben Ihr Kunde erhalten hat und über welche Themen Sie Ihren Kunden per Kundenzeitung informiert haben.

Mit Ihrer Kundenzeitung beweisen Sie Ihren A-Kunden zielsicher Ihre Professionalität.

Gegenüber B- und C-Kunden ist Ihre Kundenzeitung ein wirksames und effizientes Medium, um einen regelmäßigen Kontakt zu halten und Kunden laufend professionell zu informieren.

Sie bieten Ihren Lesern in der Kundenzeitung an, weitergehende Fragen zu beantworten. Damit ist auch Ihr Kunde in der Pflicht, sich bei Beratungsbedarf bei Ihnen zu melden.

TIPP 4

Transparenz ist das Gebot der Zeit



Ihr Unternehmen sollte keine Black Box sein. Informationen aus Ihrem Betrieb machen das Unternehmen für Ihre Kunden transparent. Das schafft zusätzliches Vertrauen.

Zeigen Sie die Qualifikationen Ihrer Mitarbeiter auf. Berichten Sie von der erfolgreichen Ausbildung Ihres Azubis und der Fortbildung Ihrer Mitarbeiter. Stellen Sie Ihre Mitarbeiter vor. Geben Sie den Telefonstimmen Gesichter!

Erklären Sie Zuständigkeiten im Unternehmen. Berichten Sie von Ihrem Firmen-Jubiläum oder Ihren neuen Geschäftsräumen. Zeigen Sie den Nutzen Ihrer neuen Homepage auf. Sind Sie in sozialen Netzwerken aktiv? Dann berichten Sie davon in Ihrer Kundenzeitung.

Sprechen Sie die Emotionen Ihrer Leser an.

Mit schönen Farbfotos schaffen Sie eine zusätzliche emotionale Bindung Ihrer Kunden.

TIPP 5 Nehmen Sie Einfluss auf die Themen

V-aktuell ist ein Kooperationsmodell „von Kollegen für Kollegen“.

Unsere Fachredaktion besteht aus erfahrenen und erfolgreichen Vermittlern, die alle die Kundenzeitungen im eigenen Unternehmen einsetzen. So gewährleisten wir, dass die Artikel einen hohen Praxisbezug und Nutzen für die Leser erhalten.

Eine Kommunikations-Spezialistin und ein Lektorat verstärken unser Experten-Team.

Gern nehmen wir Ihre Themen-Vorschläge bis zum 20. Dezember und 20. Juni jeden Jahres entgegen. Senden Sie Ihre Anregungen einfach an info@v-aktuell.de.

Wir garantieren Ihnen, Ihre Vorschläge in der Redaktionssitzung ausführlich zu besprechen. Einige Stichworte zur Zielsetzung des Artikels helfen uns bei der Umsetzung Ihres Themas.

Die Redaktion entscheidet dann im Hinblick auf einen ausgewogenen Themen-Mix, hohen Kundennutzen und die Interessen aller Kollegen.

TIPP 6

Kunden wählen ihren eigenen Kommunikationskanal



Wichtigster Kommunikationskanal ist das persönliche Gespräch, leider für Sie die teuerste Lösung. Sie können Ihre Kunden auch regelmäßig per Telefon informieren. Leider ist auch diese Art der Kommunikation sehr zeitaufwendig und deshalb teuer.

Bleibt häufig nur die Schriftform. Bedenken Sie, wir leben in einem Kommunikationszeitalter. Ihre Kunden möchten heute selbst entscheiden, über welchen Kommunikationskanal sie Ihre Informationen lesen.

Die Aufmerksamkeit der Leser ist nicht zu jedem Zeitpunkt für jedes Medium immer gleich hoch. Deshalb ist es sinnvoll, Ihren Kunden die Informationen nach und nach über verschiedene Kommunikationskanäle anzubieten.

Liest Ihr Kunde die Mitteilungen mehrfach, verfestigen sich Ihre Informationen.

TIPP 7 **Multi-Channel-Marketing bequem und bezahlbar**

Postversand – E-Mail – Homepage – Soziale Netzwerke

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

E-Mail Informationen sind weniger nachhaltig, aber effizient und nützlich. V-aktuell bietet Ihnen mehrere Möglichkeiten. Versenden Sie die PDF-Kundenzeitung als Anhang oder ganz gezielt einzelne PDF-Artikel. Oder verlinken Sie auf Artikel in Ihrer Online-Kundenzeitung.

Alle Artikel können sekundenschnell von Ihrer Homepage über die sozialen Netzwerke Facebook, Google+, Twitter und XING verteilt werden. Beachten Sie, nach neuesten Erkenntnissen wirken sich Ihre Aktivitäten in sozialen Netzwerken auf das Google-Ranking Ihrer Homepage aus. Vernetzen Sie deshalb Ihre Homepage mit Ihren Profilen.

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



Versenden Sie Ihre Print-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.

Eine bewährte Lösung, um viel Aufmerksamkeit bei Geschäfts- und Privat-Kunden zu erzielen.

TIPP 9

Optimieren Sie Ihre Porto-Kosten

Der Versand Ihrer Kundenzeitungen wird preisgünstiger!

Versenden Sie Ihre Print-Kundenzeitungen in Din lang (DL) mit der Deutsche Post. Mit den portoptimierten V-aktuell Kuvertier- und Versand-Services sparen Sie zusätzlich.

NEU ab 2016:

Dialogpost für 0,28 EUR je Brief* bereits ab 200 Stück (2015: Infopost ab 250 Stück) für dieselbe Leitregion: Übereinstimmung der ersten beiden Stellen der Postleitzahl

Dialogpost Easy für 0,38 EUR je Brief * ab 500 Stück, bundesweit!

* zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer (Stand 01.01.2016)

Fehlmengen können aufgezhalt werden, um das Porto zu optimieren.

Aussendungen mit Normalporto für 0,70 EUR je Brief können so deutlich reduziert oder sogar vermieden werden.

TIPP 10

Entlasten Sie sich von Versandarbeiten

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

1. Print-Kundenzeitungen für Auslagen, persönliche Übergaben und zur Beilage bei Angeboten empfehlen wir im DIN A4 Format zu bestellen.
2. Für den regelmäßigen Versand bestimmte Kundenzeitungen liefern wir Ihnen fertig auf DIN lang Format gefalzt. Sie können Auflage und Falzung im DIN A4 und im DIN lang Format ohne Mehrkosten (!) in 50er Schritten frei wählen.
3. Ihre DIN lang Kundenzeitungen können Sie auch fertig kuvertiert in DIN lang Briefumschlägen (ohne Fenster) erhalten. Auf Wunsch bedrucken wir die Briefumschläge mit Ihrem Logo und Ihrer Absenderadresse (s/w oder zweifarbig).
4. Über einen externen Dienstleister bieten wir Ihnen auch die komplette Versandabwicklung. Ihre Kundenzeitungen werden portooptimiert versendet.

Bitte fordern Sie bei Interesse unsere extra Preisliste an.

Ratgeber zur Einbindung in Marketing, Kommunikation und Vertrieb

Für Ihre erfolgreiche Kunden-Kommunikation

Individuelle Kundenzeitungen im Baukastensystem
kompetent – zuverlässig – preiswert

Multi - Channel - Marketing
Print – PDF – Online – Soziale Netzwerke



Fragen Sie nach den attraktiven
V-aktuell Marketing-Paketen

Thomas Bethke, Versicherungsbetriebswirt/DVA
Experte für erfolgreiche Kunden-Kommunikation

Telefon: 040 – 642 08 148
www.v-aktuell.de

Soziale Netzwerke:
Google+ <http://google.com/+VaktuellDeseit1996> **Twitter** <https://twitter.com/Vaktuell> **XING** https://www.xing.com/profile/Thomas_Bethke4