

Leitfaden zur Einbindung in Marketing, Kommunikation und Vertrieb



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

Eine gezielte Kommunikation ist heute 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.

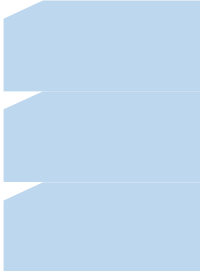
V-aktuell bietet Ihnen ein schlüssiges Gesamtkonzept für Ihre Unternehmens-Kommunikation, sowohl für Print- als auch für Online-Medien.

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

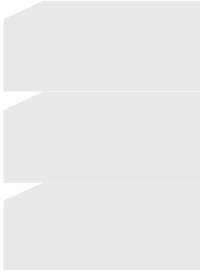
10 Profi-Tipps zum optimalen Einsatz Ihrer Kundenzeitungen:

Leitfaden zur Einbindung in Marketing, Kommunikation und Vertrieb

TIPP 1 **Mitarbeiter - Information**



Informieren Sie Ihre Mitarbeiter über die wichtigsten Themen Ihrer Kundenzeitung. Führen Sie zum Beispiel direkt vor dem Versandtermin eine Besprechung 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 Hintergrund-Informationen zu allen 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 unsere Kundenservice-Newsletter auch gern direkt zu.

TIPP 2

Erfüllen Sie Ihre Informationspflichten

Als Vermittler besitzen Sie umfangreiche Informationspflichten gegenüber Ihren Kunden.

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

Binden Sie in Ihre Beratungsgespräche auch Ihre Kundenzeitung mit ein. Wählen Sie einen Artikel als Aufhänger. Zeigen Sie 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 Ihren Versandtermin

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.

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

Sie bieten Ihren Lesern in der Kundenzeitung an, weitergehende Fragen zu beantworten.

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

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

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.

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 die Zuständigkeiten im Unternehmen. Berichten Sie von Ihrem Firmen-Jubiläum oder Ihren neuen Geschäftsräumen. Zeigen Sie den Nutzen Ihrer neuen Homepage auf.

Sprechen Sie die Emotionen Ihrer Leser an. Mit einer Portrait- oder Team-Aufnahme im Editorial erzielen Sie eine zusätzliche emotionale Bindung Ihrer Kunden.

Ihre Kundenzeitung informiert und wirkt so image- und verkaufsfördernd.

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.

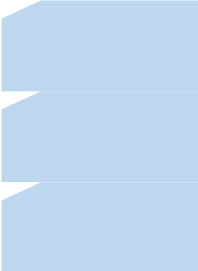
Sehr gern nehmen wir Ihre Themen-Vorschläge bis zum 20. Dezember und 20. Juni jeden Jahres entgegen. Senden Sie Ihre Anregungen einfach an info@v-aktuell.de.

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

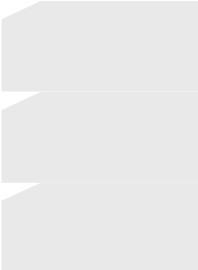
Die Redaktion entscheidet dann im Hinblick auf einen ausgewogenen Themen-Mix, hohen Kundennutzen und die Interessen aller Kollegen.

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 die Informationen.

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

Postversand – E-Mail – Homepage – Soziale Netzwerke

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 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 für den E-Mail Versand zwei Möglichkeiten. Die PDF-Kundenzeitung versenden Sie als Anhang. Oder Sie verlinken auf einzelne Artikel in Ihrer Online-Kundenzeitung.

Die Online-Kundenzeitung wird individuell im Corporate Design Ihrer Homepage programmiert. Zahlreiche Funktionen unterstützen die bequeme Online-Lektüre wie: Links, Archiv und Suche.

Zusätzlich können Sie bequem für jeden Artikel ein gelayoutetes PDF-Dokument erstellen.

Alle Artikel können sekundenschnell von Ihrer Homepage über die Sozialen Netzwerke Facebook, Twitter, XING und Google+ verteilt werden.

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

Reduzieren Sie Ihre Porto-Kosten

Versenden Sie Ihre Print-Kundenzeitungen mit der Deutsche Post per Infopost.

- Infopost für 0,25 EUR je Brief* ab 250 Sendungen

* zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer (Stand 01.01.2013)

Bitte beachten Sie die Informationen der Deutsche Post zur Infopost:

http://www.deutschepost.de/dpag?tab=1&skin=hi&check=yes&lang=de_DE&xmlFile=link1015547_10327

Wichtiger Hinweis:

Die Deutsche Post hat den Infobrief zum 31.12.2012 eingestellt

Bitte beachten Sie die Informationen der Deutsche Post zur Infobrief:

http://www.deutschepost.de/dpag?xmlFile=link1015545_10379

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 für Angebote bei neuen Kontakten empfehlen wir im DIN A4 Format zu bestellen.
2. Für den regelmäßigen Versand bestimmte Kundenzeitungen liefern wir Ihnen gern fertig auf DIN lang Format gefalzt. Sie können Ihre Auflage in DIN A4 und DIN lang Format ohne Mehrkosten (!) in 50er Schritten frei wählen.
3. 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)
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.

Leitfaden 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.
Ich berate Sie gern!



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

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