

Social Media – echt jetzt?!?

In den letzten Jahren revolutionierten die neuen Medien die Kommunikation untereinander. Das gilt aus Ihrer unternehmerischen Sicht insbesondere mit Blick auf Ihre Kunden. Solche Formen sind aus dem normalen Kommunikationsalltag allerorts nicht mehr wegzudenken. Genauso wie ich mir vor ein paar Jahren noch nicht vorstellen konnte, täglich einen eigenen Blog zu schreiben, fand ich es zu dieser Zeit recht abwegig, eine eigene Facebook-Seite zu haben. Aber: Die Welt dreht sich weiter. In fünf Jahren stellt sich die Frage: „Wo waren Sie, als damals die Revolution im Kundenverhalten und in der Kundenkommunikation ihren Lauf nahm?“

Wo befinden sich Ihre Kunden?

Ob es später noch Facebook, XING, Twitter oder ganz andere Medien sein werden, ist aus heutiger Sicht nicht entscheidend. Wichtig ist, dort zu sein, wo immer mehr Ihrer Kunden sind. Das ist eine Grundvoraussetzung erfolgreichen Vertriebs. Dies galt vor 50 Jahren, das gilt heute und es gilt auch in 50 Jahren noch. Und war früher die Kommunikation „eins zu eins“ das Übliche, gibt es heute immer mehr die Kommunikation „eins zu viele“. Und alle sprechen und kommentieren mit. Das gilt natürlich nie für vertrauliche Infos. Für allgemeine Botschaften und wertvolle Impulse ist es aber – geschickt gemacht – eine Riesenverbreitungschance.

So stellt sich heute dem Makler die Frage: Wie denken unsere Kunden? Insbesondere: Wie denken alle diejenigen, die erst morgen unsere Kunden sind, weil sie heute noch 12, 16 oder 18 Jahre alt sind? Können wir mit diesen Kunden von morgen dann noch auf den Wegen kommunizieren, die diese sich wünschen? Von den 40-Jährigen (plus x) ganz zu schweigen, die ebenso intensiv diese Medien nutzen. Kundenbindung kann mittels Social Media enorm gestärkt werden. Makler können mit einer Durchschlagskraft mit eigenen Kunden in Kontakt bleiben, ihnen Informationen geben, sie gezielt für Themen sensibilisieren, die es so noch nie gab.

Ob ein Maklerbetrieb bei den neuen Kommunikationskanälen dabei sein muss, ist eine Frage der gesamten unternehmerischen Ausrichtung, der eigenen Strategie. Sicher kann ein Maklerbetrieb sich hier abgrenzen, vielleicht sogar durch ein Nein zu Social Media von der Masse absetzen. Das gilt insbesondere

dann, wenn die eigene Zielgruppe heute (und auch morgen) über diese Kanäle schlecht oder gar nicht zu erreichen ist.

Facebook & Co. – Eine sensible Entscheidung

Das Institut Ritter ist bei XING, Twitter, Facebook & Co. engagiert. Es hat mit seiner eigenen Facebook-Seite mittlerweile exzellente Erfahrungen machen können, sowohl unter Vertriebs- als auch unter Kundenbindungsaspekten. Unsere Seite gibt Ihnen laufend Tipps und Impulse zum Interessieren, Gewinnen, Betreuen, Ausbauen und Binden von Kunden. Und zu unserer Arbeit zudem ab und zu Hintergründe und Bilder in Echtzeit ... Der tägliche Aufwand für Posten und Reagieren liegt bei 15 bis 20 Minuten. Ein zeitweises Beobachten und Ideen ableiten ist sicher sehr hilfreich. Ihr „Gefällt mir“ macht's möglich.

Social Media ist ein Kanal, der neugierig machen sollte. Social Media ist kein Kanal, auf dem direkt verkauft wird. Dennoch bewirken die auf diesem Wege entstehenden Inhouse-Aufträge und Seminarbuchungen im Institut Ritter – mit zunehmender Tendenz – direkt messbaren Ertrag. Indirekten Ertrag bringt eine ohnehin schon starke Kundenbindung, deren Qualität durch Social Media nochmals gestiegen ist.

Ein kleiner Nachsatz: Achten Sie gerade bei den neuen Medien stets darauf, dass Sie sich Ihren Ruf schnell kaputt machen können. Insbesondere in der Versicherungs- und Finanzbranche ist die eigene Reputation eine wichtige Erfolgsvoraussetzung. Was Sie veröffentlichen, zu sich und zu welchem Thema auch immer, bestimmen Sie! Gehen Sie mit dieser Verantwortung sehr sorgsam um. Das gilt für Unternehmer noch sehr viel mehr als für Privatpersonen. Veröffentlichen Sie nichts, was Sie eventuell in drei Jahren nicht mehr von sich lesen möchten. Was andere veröffentlichen, können Sie ohnehin nicht beeinflussen. Sie können es aber wissen und im Zweifel reagieren. Wenn Sie und Ihr Unternehmen auf diesen Marktplätzen dabei sind ... ■



Von Steffen Ritter

Steffen Ritter ist Geschäftsführer des IVV Institut für Versicherungsvertrieb, des Institut Ritter und Mitinitiator des Jungmakler Awards. In AssCompact behandelt er in Folge Themen, die – nicht nur, aber insbesondere – für junge Makler und Maklerinnen wichtig sind.

Alle Infos zum Jungmakler Club unter:
www.jungmakler.de/club