

Hans-Georg Schumacher

Qualifizierte Neukundengewinnung im Firmenkundengeschäft

So erreichen Sie wertvolle Kontakte
zu neuen Firmenkunden im
Versicherungsbereich

3. Auflage



Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|-----------|
| Geleitwort | 5 |
| Vorwort | 7 |
| 1. Meine ersten Schritte im Versicherungsverkauf | 15 |
| 2. Der aktuelle Versorgungsmarkt | 19 |
| 3. Neukundengewinnung im Firmengeschäft – eine strategisch wichtige Unternehmensausrichtung | 25 |
| 3.1 Versicherungsmarkt im Firmengeschäft | 30 |
| 3.2 Visionen für die Forcierung des Firmengeschäftes | 33 |
| 4. Unterschiedliche Wege zur Neukundengewinnung im Firmengeschäft | 39 |
| 4.1 Versand von Werbeschreiben | 40 |
| 4.2 Vialuna-Mailing | 42 |
| 4.3 Telefonmarketing | 42 |
| 4.4 Anschreiben oder Fax mit telefonischem Nachfassen | 44 |
| 4.5 Anschreiben oder Fax oder E-Mail? | 47 |
| 4.6 Besuch ohne Ankündigung – Face-to-Face (persönliche Direktanansprache) | 53 |
| 4.7 Besuchsankündigung mit einem anschließenden Besuch | 53 |
| 4.8 Kundenveranstaltungen | 59 |
| 4.9 Ansprache mit Empfehlung eines Kunden oder aus einer sonstigen Verbindung | 60 |
| 4.10 Ansprache eines neuen Kunden durch Kontakte aus einem Netzwerk | 60 |
| 4.11 Ansprechmöglichkeiten über die Mitgliedschaft in einem Gewerbeverein | 62 |
| 4.12 Checkliste | 62 |

12 Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|------------|
| 5. Veränderte Kunden | 67 |
| 5.1 Vergleich macht reich! | 68 |
| 5.2 Vergleichsverhandlung – Ihr Erfolgsgarant! | 74 |
| 6. Versicherungsvermittler als Unternehmer | 77 |
| 6.1 Rechtliche Stellung des Versicherungsvermittlers als Unternehmer | 79 |
| 6.2 Motivation des Unternehmers – Unternehmermotivation ist Eigenmotivation | 80 |
| 6.3 Unternehmer und Persönlichkeit | 83 |
| 6.4 Unternehmerpersönlichkeit mit Charisma – mehr Erfolg durch besondere positive Ausstrahlung | 85 |
| 6.5 Erfolgsfaktoren für die Führung eines Vermittlungsunternehmens | 88 |
| 7. Sprache des Unternehmers – das Erfolgsmedium | 97 |
| 7.1 Ihre Worte – Ihre Wirkung | 97 |
| 7.2 Bravheitssyndrom – Dauerkrankheit des Vertreters | 103 |
| 7.3 Höflichkeit ist eine Zier ... | 104 |
| 7.4 Zielfeste Ansprache – ohne „Beratung“ und „Angebot“ | 109 |
| 8. Persönliche Direktansprache ist für das Firmengeschäft eine erstklassige Erfolgsstrategie! | 115 |
| 9. Goldene Regeln für den Erfolg in der persönlichen Direktansprache | 125 |
| 9.1 Ihre Ansprache – sagen Sie wer Sie sind, was Sie machen, was Sie bringen | 125 |
| 9.2 Ihre Vorstellung – Schaffen Sie eine angenehme Atmosphäre | 130 |
| 9.3 Weitere Spielregeln für eine erfolgreiche persönliche Direktansprache | 135 |
| 9.4 Behalten Sie Ihr Ziel im Auge | 139 |
| 10. Ängste, Barrieren und Hemmungen | 143 |
| 11. Mentale Vorbereitung auf die persönliche Direktansprache | 149 |

| | |
|--|------------|
| 12. Gesprächsleitfaden für die persönliche Direktansprache | |
| im Firmengeschäft | 153 |
| 12.1 Stabilität und Erfolg durch einen Gesprächsleitfaden | 154 |
| 12.2 Ein Leitfaden ist kein Gedicht | 155 |
| 12.3 In 60 Sekunden zum Ziel | |
| in der persönlichen Direktansprache | 156 |
| 12.4 Gliederung für einen Gesprächsleitfaden | 157 |
| 12.5 Beispiele für Gesprächsleitfäden | 161 |
| 13. Einwandbehandlung | 174 |
| 14. Firmenbesuch mit persönlicher Direktansprache | 180 |
| 15. Folgeverhandlung zur Durchführung des Vergleichs | 186 |
| 15.1 Firmenanbahnungsakte | 186 |
| 15.2 Persönliche Ansprache zur Folgeverhandlung | 190 |
| 15.3 Verhandlung zum Vergleich | 192 |
| 15.4 Übersicht zur Ansprache für die Folge- und Vergleichsverhandlung | 195 |
| 15.5 Service für Firmen-Neukunden – eine Strategie für den dauerhaften Kontakt | 197 |
| 15.6 Risiko- und Versicherungsanalyse | 199 |
| 16. Ihre individuelle persönliche Direktansprache – Umsetzung in der Praxis | 202 |
| 16.1 Vier Erfolgsfaktoren für Ihre individuelle persönliche Direktansprache | 202 |
| 16.2 Ihr Aktions- und Erfolgsplan zum Firmengeschäft | 207 |
| 16.3 Zusammenfassung | 216 |
| 17. Strategisches Empfehlungsmarketing | 220 |
| 17.1 Hinderungsgründe für die Erarbeitung von Empfehlungen | 221 |
| 17.2 Grundlagen des strategischen Empfehlungsmarketings im Firmengeschäft | 232 |
| 17.3 Empfehlungsgespräch | 241 |
| 17.4 Empfehlungsmöglichkeiten im Firmengeschäft | 245 |
| 17.5 Einwandbehandlung | 247 |

14 Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|------------|
| 17.6 Einsatz einer Empfehlung bei der direkten Firmenansprache _____ | 248 |
| 17.7 Anerkennung für den Empfehlungsgeber und Feedback ____ | 250 |
| 17.8 Gesprächsleitfaden für die Erarbeitung von Empfehlungen im Firmengeschäft _____ | 252 |
| 17.9 Zusammenarbeit mit Verbänden, Vereinigungen und Innungen usw. _____ | 258 |
| Nachwort _____ | 262 |
| Anhang _____ | 264 |
| Anhang 1 _____ | 264 |
| Anhang 2 _____ | 266 |
| Anhang 3 _____ | 267 |
| Anhang 4 _____ | 270 |
| Anhang 5 _____ | 273 |
| Anhang 6 _____ | 276 |
| Anhang 7 _____ | 287 |
| Der Autor _____ | 296 |
| Literaturhinweise _____ | 298 |
| Stichwortverzeichnis _____ | 300 |