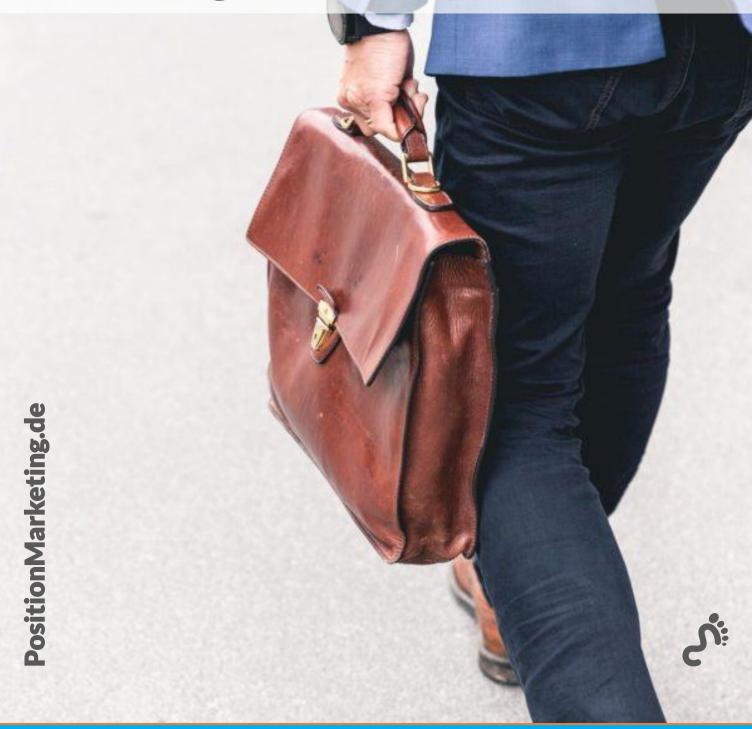
## Der Weg des StoryMaklers



Online-Marketing für Versicherungsmakler

WOW, Du hast

es wirklich

getan!

Du bist auf einem guten Weg auf <u>Deinem!</u>



So einfach gewinnst Du als pfiffiger Versicherungsmakler systematisch neue Traumkunden und wirst gerne weiterempfohlen!



#### Perfekt, ich gratuliere Dir!

Dies wird entweder Dein Einstieg oder eine Vertiefung in das essentielle Thema "Online-Marketing als Versicherungsmakler" sein. Du darfst wirklich gespannt sein...

Das Handbuch soll Dich sprichwörtlich an die Hand nehmen und Dich sensibilisieren für die Situation, in der Du Dich heute und später befindest.

Es soll Dich inspirieren, nach Deinem individuellen Stil Ausschau zu halten und bereits erste Ideen und offensichtliche Alleinstellungsmerkmale zusammenzutragen.

Und es soll Dir zeigen, welche Möglichkeiten Du heutzutage nutzen und welche Fehler Du vermeiden musst, um Dein Geschäft langfristig betreiben zu können. Es soll Dich kritischer machen gegenüber dem Mainstream!

Lass' uns reden, wenn Du Fragen hast. Du kannst Dir <u>hier einen Termin für</u> <u>ein kostenfreies Strategiegespräch buchen</u> (Link anklicken).

Dieses Handbuch widme ich allen Versicherungsmakler-Kolleginnen und Kollegen, die trotz der zunehmenden Herausforderungen durch Dokumentation, Digitalisierung und Regulatorik täglich in den Ring steigen, um neue Kunden zu gewinnen, ohne dabei ihre bestehenden Kunden zu vernachlässigen.

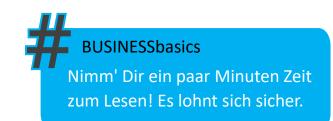
Ich weiß, was Du teilweise durchmachst.

Ich bin hier, um Dir zu helfen.



# Inhalt

- Liebe Kollegin, lieber Kollege!
- Wo Du heute stehst
- Warum Du ein StoryMakler werden solltest
- Das 3-Stufen-System und seine Vorteile für Dich
- Unternehmensziele und Motive
- Alleinstellungsmerkmale, USP und Positionierung
- Marketingtool Webinar
- Umsatz kommt von Umsetzen!



# Liebe Versicherungsmaklerkollegin, lieber Versicherungsmaklerkollege!

Bitte sieh' es mir nach, wenn ich Dich nicht immer in der korrekten männlichen oder weiblichen und vor allem der ausgeschriebenen Form anrede! Das macht die Sache etwas handlicher. Gemeint bist immer Du als Mensch, egal ob Du als Mann oder Frau die Welt und neue Versicherungskunden eroberst! Nun aber los...

An den Anfang möchte ich eine starke Behauptung stellen, die wir uns im Folgenden noch näher anschauen werden:

Die meisten Versicherungsmakler positionieren und vermarkten sich nicht. Sie betreiben keinerlei Markenbildung und haben meist keine spezielle Zielgruppe. Sie verlassen sich darauf, über ihre Berufsbezeichnung genügend Anziehungskraft aufzubauen, können aber nicht prüfen, ob diese Annahme stimmt. Somit sind sie online kaum auffindbar und können nur durch Empfehlungen, Kaltaquise oder/und Leadkauf bestehen und wachsen. Sie verlieren damit unbewusst und regelmäßig Kunden an Lifestyle-Unternehmen, denen es gelingt, Menschen emotional zu erreichen.

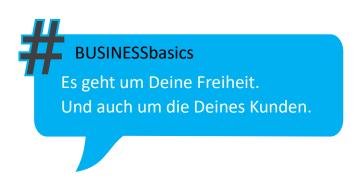
Wie stehst Du zu dieser Aussage? Und, falls Du zustimmst, wie findest Du das? Kannst Du glauben, dass sich das ändern lässt?

#### BUSINESSbasics

Du kannst Deine Sichtbarkeit massiv verbessern! Schau' Dir einfach die Spielregeln an.

Was musst Du tun, um in kurzer Zeit als DER sympathische und einzigartige Experte für Versicherungen in Deiner Wunschzielgruppe sichtbar zu werden? Wie musst Du Dich zeigen? Welche Leichtigkeit und Freude sind für Dich drin, wenn Du einfach ganz fokussiert Deinen beruflichen Interessen folgst, wenn Du Deine Herzenssparten für Dich entdeckt hast und Dich künftig darauf konzentrierst? Wieviel Zeit wirst Du sparen, indem Du nur noch die Dinge tust, die im Einklang mit Deinen Werten stehen? Wieviel Mut braucht es, diesen Weg zu gehen und wer unterstützt Dich dabei? Diesen Fragen werden wir hier ansatzweise nachgehen.

Beschäftige Dich dazu in der richtigen Reihenfolge mit dem simplen und wohl einzig erfolgreichen 3-phasigen System, um Dein Maklerunternehmen gesund und nachhaltig erblühen zu lassen. Vermeide künftig Verwirrung sowie Zeit- und Geldverschwendung!



Du hast gar keine Lust, Dir das alles durchzuarbeiten, Dir ist das zu viel oder zu undurchschaubar? **Dann nutze die Abkürzung, lese nicht weiter, sondern lass' uns 1:1 darüber reden**, wie Du vorgehen musst, damit es für Dich schnell und sicher umsetzbar wird. Du wirst begeistert und erleichtert sein, versprochen!

#### Hier entlang geht es zur Abkürzung...

Und bedenke: Marketing ist kein Kampf, nicht einmal ein Wettbewerb. Es ist die großzügige Tat, jemandem beim Lösen eines Problems zu helfen! Marketing ist viel mehr als der Versuch, eine Versicherung zu verkaufen. Es ist ein kultureller Prozess, der weit über bloße Werbung hinausgeht. Es geht um Transformation!



#### Wo Du heute stehst

#### Schauen wir uns einmal um:

Die 20. Vertriebswege-Studie Lebensversicherung von Willis Towers Watson zeigt für das Jahr 2018 folgende Situation: Versicherungsmakler und Mehrfachagenten liegen bei den Vertriebswegen (weiterhin) auf dem zweiten Rang, wobei sie ihren Anteil im Vergleich zur Vorjahresstudie leicht steigern konnten (31,0%; 29,3% im Jahr 2017). Den führenden Vertriebsweg in Sachen Lebensversicherung bilden weiterhin die Einfirmenvermittler, die ihren Anteil ebenfalls leicht auf 32,9% ausbauen konnten (2017: 32,5%). Auch die Banken auf dem Bronzerang haben einen leichten Zuwachs verzeichnet (von 28,4% im Vorjahr auf 29,3% im Jahr 2018). Auf die Direktversicherer fielen 3,0% (3,3% im Jahr 2017). Da ist also noch viel Potential nach oben für uns Makler, oder?



(Ausgabe vom 18.12.2019)

#### Und nun kommt die für Versicherungsmakler wichtigste Schlussfolgerung:

#### Alleinstellungsmerkmale gefragt

... Michael Klüttgens, Leiter der Versicherungsberatung bei Willis Towers Watson in Deutschland: "Angesichts des eigentlich steigenden Bedarfs sollten die Aussichten der Branche rosig sein. Dies gilt jedoch nur für jene Marktteilnehmer, die genügend Weitsicht für Veränderungen mitbringen. Denn Differenzierung wird wichtiger: Jedes Unternehmen sollte sich individuelle Alleinstellungsmerkmale erarbeiten und sein Geschäft konsequent auf diese ausrichten."

Wer diese Herausforderung verstanden hat und sich darauf einstellt, wird zukünftig zu den Gewinnern der Disruption gehören, die durch die permanente Digitalisierung in Form neuer Kanäle und erweiterter Kommunikationsformen voranschreitet. Alle anderen müssen sich die Brotkrumen teilen, die dabei liegenbleiben... Auf der DKM 2019 wurde es bereits eindeutig festgestellt: Der hybride Makler macht das Rennen! Der persönliche Vertrieb hat eine gute Zukunft, wenn er den Weg der Digitalisierung mitgeht.



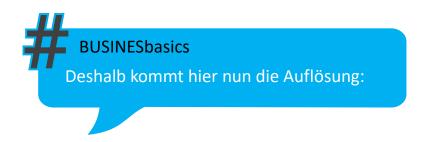
## Warum Du ein StoryMakler werden solltest...

Du hörst es sicher nicht zum ersten oder zweiten mal, es wird Dir täglich über alle Kanäle "eingebleut": "Nutze Geschichten für den Vertrieb", "Verkaufe emotional", "Richte Dir diesen oder jenen Kanal ein", "Du musst unbedingt Videos machen", "Heute geht nichts mehr ohne Messengermarketing"...

Das lässt sich fast endlos fortsetzen.

All diesen Angeboten fehlt jedoch etwas. Und dieses "Etwas" gehört zum Wichtigsten, was Du für Deinen beruflichen Erfolg benötigst! Ohne dieses "Etwas" bleibt alles nur Aktionismus, der morgen schon zum nächsten angebotenen "Geheimtrick" greift und sich übermorgen erfolglos ganz von der Materie und ihrem unglaublichen Potential abwendet... Weil die Menge an Möglichkeiten jetzt schon schier unüberschaubar geworden ist. Weil Du gar nicht weißt, welchen Faden Du aufgreifen solltest.

Ich glaube fest daran, dass Du das nicht willst! Ich bin überzeugt davon, dass in Dir der Wunsch vorhanden ist, einen Weg zu finden, wie es doch gehen kann.



Dieses "Etwas" ist eine funktionierende Struktur, in die all die Möglichkeiten eingebettet sind, die Dir heute und künftig zur Verfügung stehen. Du siehst genau, wann und unter welcher Voraussetzung eine Aktivität gestartet werden kann und auch erst darf. Vorher würdest Du, um es recht deutlich mit Alexander Christiani's Worten auszudrücken,

Deinem Kommunikationsmüll nur mehr Reichweite verschaffen.

#### Sorry, das ist hart, aber wahr!

Wie kommt es dazu, von Kommunikationsmüll zu reden und was bedeutet das überhaupt? Wir sind so aufgewachsen, dass Werbung immer etwas anzubieten hatte. Stets stand ein Produkt oder eine Dienstleistung im Vordergrund, die uns empfohlen wurde. Dieses Vorgehen haben wir so stark verinnerlicht, dass wir intuitiv genauso agieren, wenn wir bewusst etwas anbieten. Uns fällt dabei gar nicht auf, dass wir auf diese Art der Werbung selbst kaum noch reagieren. Schauen wir genauer hin, was uns dann doch anspricht, sind es fast nur emotional aufbereitete Themen. Das müssen wir uns bewusst machen!

#### BUSINESSbasics

Vertraue darauf, dass selbst in unserer Branche eine emotionale Ansprache möglich ist!

Es ist möglich, das Produkt oder die Dienstleistung nur als notwendiges Vehikel erscheinen zu lassen, damit Dein Kunde sein Ziel erreichen oder eine Angst beherrschen kann!

Kommunikationsmüll entsteht immer dann, wenn wir glauben, die alte "ausgelutschte" Form der Kommunikation (Betroffenheit erzeugen) würde noch funktionieren. Das tut sie immer weniger und schon gar nicht bei der nachwachsenden Generation. Die will nämlich noch besser verstehen, welchen Nutzen sie von unserem Angebot hat. Und den gilt es gut zu zeigen.

#### Hast Du ein Marketingproblem?

#### Frage Dich Folgendes:

- Habe ich zu wenig Kunden bzw. könnte ich mehr betreuen?
- Stresst mich meine Tätigkeit mehr als mir gut tut?
- Erreichen meine Kunden nicht die Ziele, die sie sich wünschen?
- Füllt mich meine Arbeit mit all ihren Details aus?

- Sind meine Kunden vielleicht sogar frustriert, warum auch immer?
- Begegnen mir meine Kunden wie einem Versicherungsvertreter oder kennen sie den Unterschied zum Versicherungsmakler ganz genau?
- Habe ich eine unnötig hohe Stornoquote?
- Finden meine vereinbarten Termine immer statt und verlaufen sie meist wie geplant?

## Wenn Du nun Möglichkeiten siehst, die Situation zu verbessern, hast Du ein Marketing-Problem!

Denn Du lieferst eine Lösung, die sich nicht von selbst verbreitet und erklärt. Du musst sie mit Marketing in die Welt bringen. Eigentlich ganz einfach.

Woher kommt nun eine sinnvolle Struktur, die den gesamten Prozess in sich abbildet?



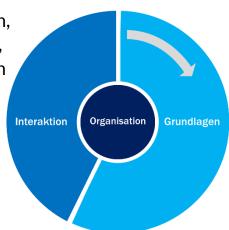
#### Bühne frei für das 3-Phasen-System

Die Anwender des 3-Phasen-Systems haben verstanden, dass sie sich weiterentwickeln müssen und sie lernen, wie die genauen Prinzipien dafür aussehen. Sie sind hungrig nach mehr Marktanteil, mehr Kunden, leichterer Arbeit und mehr Lebensqualität. Sie streben nach dem Besseren: besserer Service, bessere Kommunikation, bessere Ergebnisse. Sie sind offen für Veränderung. Und sie nutzen Systeme, die ihnen die Arbeit erleichtern.



# Das 3-Phasen-System und seine Vorteile für Dich

Im vorigen Kapitel haben wir darüber gesprochen, dass Du Dich vor Überforderung schützen musst, um Deinen Erfolg nicht zu gefährden. Wir werden deshalb bei der Vorstellung des Systems nur mit den wichtigsten, weil wirksamsten Elementen beschäftigen. Alles andere, was durchaus auch seine Berechtigung hat, kommt später. Das unterstützt uns dabei, wirklich anzufangen und tatsächlich umzusetzen.



Schon Vilfredo Pareto erkannte vor über 100 Jahren, dass es im Leben keine Normalverteilung gibt, also nicht alles gleich wirksam ist, sondern dass insbesondere ein kleiner Teil der täglichen Arbeit zu einem großen Teil des Erfolges beiträgt. In Zahlen: 20% der Tätigkeiten liefern 80% der Ergebnisse. Diese 20% müssen wir herausfiltern und verstärken. Und vor allem am Anfang musst Du die restlichen 80% einfach erst einmal weglassen!



**Deshalb**: Du erhältst hier in diesem Handbuch nur die absolut nötigen Infos für den Start, um Dich nicht abzulenken. Alles Weitere (und da gibt es wirklich noch extrem spannende Dinge wie z.B. den wirksamsten Kommunikationsprozess für jeden Kanal ...) folgt später, wenn Du den Fuß schon in der Tür hast, ok? So hältst Du den Fokus auf das Anfangen. Passt?

#### Wie ist das 3-Phasen-System aufgebaut?

Es gibt 3 tragende Elemente Deines erfolgreichen Versicherungsmakler-Geschäftsbetriebes, die eine sinnvolle Reihenfolge ergeben:

die Grundlagen, mit denen Du die strategische Basis legst

die Interaktion, in der Du systematisch mit Kunden arbeitest

die Organisation, die Dir den Rücken freihält - hier sicherst Du Dein Wachstum

#### Stufe 1: Grundlagen

Die Grundlagen sind in die folgenden 4 Blöcke unterteilt:

Block 1: Mindset, Status Quo, Unternehmensziele und Motive

Block 2: Alleinstellungsmerkmale (USP) und Positionierung

Block 3: Unternehmensstory und Inszenierung

Block 4: Deine Angebotswelt

#### Stufe 2: Interaktion

Die Interaktion entwickelt sich nacheinander mit folgenden 3 Blöcken:

Block 5: Marketingtools und Kommunikationskanäle

Block 6: Vertriebswerkzeuge

Block 7: Kundenbetreuung und Empfehlungsnahme

#### **Stufe 3: Organisation**

Hier geht es im Wesentlichen um folgende Schwerpunkte:

Software, Automatisierungen, Mitarbeiter, Kooperationen, persönliches Wachstum und neue Unternehmensziele

Alle Stufen haben neben der organisatorischen auch eine technische Komponente, die insbesondere bei der Kunden-Interaktion durch Nutzung diverser Marketingkanäle zum Vorschein kommt. Für die einzelnen Lösungen haben sich ein paar Tools etabliert, die wir Dir ans Herz legen können. Wenn Du an Bord kommst richten wir Dir gerne alles mit ein. Du brauchst sie dann nur noch laufend zu halten. Das räumt Dir eine breite Straße frei, die Du sonst zunächst gar nicht sehen würdest.

Diese Stufen bauen aufeinander auf. Sie sollten nach und nach komplettiert werden. Dennoch ist es möglich, im Interesse einer schnellen Umsetzung insbesondere einige Kernpunkte herauszugreifen. Im Sinne des Pareto-Prinzips konzentrieren wir uns deshalb für den Start nur auf folgende 3 Fragestellungen:

- 1. Unternehmensziele und Motive
- Alleinstellungsmerkmale (USP) und Positionierung
- 3. den derzeit besten Marketingkanal ein Webinar

## BUS

#### **BUSINESS**basics

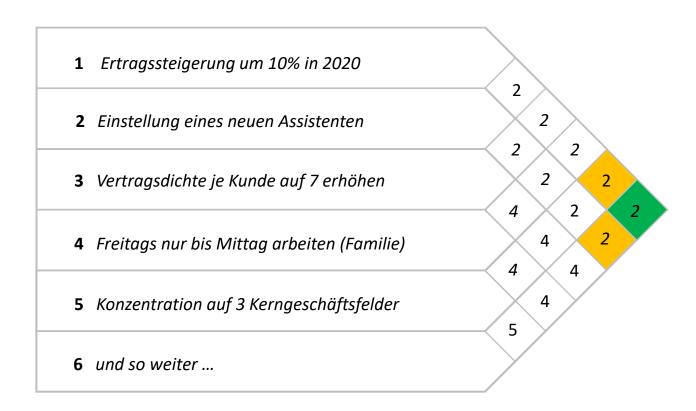
Wohlgemerkt: es geht nie um die eigene Leistung, das eigene Angebot, sondern immer nur um den Nutzen, den dieses für den Kunden hat!



# Inspirationen zu Deinen Unternehmenszielen und Motiven

Wir arbeiten bei den Inspirationen mit Fragenkatalogen. Sinnvoll ist auch der Einsatz einer sogenannten KO-Matrix wie dieser hier. Hier schreibst Du nacheinander konkurrierende Aspekte in jede Zeile und entscheidest dann in einem Karo, wer von jeweils beiden der Drängendere ist. Auf diese Weise kommst Du zu Entscheidungen, womit Du starten willst. Beispielhaft für einen Makler, der in Arbeit ertrinkt, könnte sie wie folgt gefüllt sein.

# BUSINESSbasics Verfolge Deine Hauptaspekte konsequent weiter.



Und nun zu einigen wichtigen Fragestellungen für diesen Block, die Dir letztlich Ideen für die KO-Matrix liefern und diese befüllen helfen:

- 1. Warum stehst Du jeden Morgen auf? 😉
- 2. Welche Ziele hast Du im vergangenen Jahr nicht erreicht und was könnten die Gründe dafür sein? Hast Du überhaupt Ziele?
- 3. Was fehlt Dir Deiner Meinung nach (z.B. Motivation, Wissen, Mindset oder ähnliches), das Dich davon abhält, im Bereich online-Marketing Vollgas zu geben?
- 4. Warum hast Du Dich selbständig gemacht / ein Unternehmen gegründet?
- 5. Welche Ziele verfolgst Du aktuell in 2020 und vor allem warum?
- 6. Welche Dinge lenken Dich oft von produktiver Arbeit ab?
- 7. Wie schätzt Du Deinen Wissensstand zum Thema online-Marketing und vor allem zur Frage der Positionierung ein?
- 8. Wieviele Kunden betreust Du aktuell und wieviele sollen es am 31.12.2020 sein (Du darfst ruhig mutig sein...)?
- 9. Welche Vertragsdichte hast Du im Schnitt bei Deinen Kunden und strebst Du Vollmandate an (alle Verträge laufen bei Dir)?
- 10. Wie oft hast Du Kontakt zu Deinem Durchschnittskunden, wie zufrieden bist Du damit und willst Du das ändern?
- 11. Welche Aufgabe hat Deine Internetseite (falls Du eine hast [Du solltest ab heute eine haben [3])?
- 12. Wie stehst Du zu Kooperationen mit Kollegen?
- 13. Kaufst Du Leads oder gewinnst Du neue Interessenten mehrheitlich auf anderen Wegen?
- 14. Worauf willst Du Dich in 2020 besonders konzentrieren?
- 15. Wie empfindest Du Deine Wettbewerbssituation?

Über die vollständige Liste an Fragen können wir gerne in einem kostenfreien Telefonat sprechen. Ich lade Dich herzlich dazu ein! Suche Dir hier einen Termin dafür aus: <a href="https://positionmarketing.de/einstieg/#termin">https://positionmarketing.de/einstieg/#termin</a>



## Inspirationen zu Alleinstellungsmerkmalen, USP und Positionierung

Ein weiterer zentraler Bereich, der regelmäßig unterschätzt wird, ist das Aufspüren von Alleinstellungsmerkmalen und die Ausformulierung einer eigenen Positionierung. Dazu sind viele Bücher geschrieben worden und ich bin nicht so vermessen, zu behaupten, dass man dies in Form von ein paar Fragen abhandeln könnte. Positionierung ist das erste Konzept, das sich mit den Problemen der Kommunikation in einer kommunikations-überfluteten Gesellschaft auseinandersetzt.

Gehe bitte davon aus, dass dies ein Prozess ist, der sich unaufhaltsam fortsetzt...



Finde eine erste Positionierung und formuliere einen ersten USP! Dann teste diese an Deiner Zielgruppe! Du wirst Feedback erhalten, was Du für die Optimierung einsetzen kannst. Dabei kann ich Dir helfen, wenn Du Hilfe brauchst. Anhand der Fragestellungen wirst Du bemerken, dass Du Dich intensiver mit Deinem Selbstverständnis auseinandersetzen musst. Nur dann wirst Du besser in der Lage sein, so zu kommunizieren, dass Du einen Nerv triffst, dass Du Deine Kunden wirklich verstehst und dass Du Menschen aktivieren kannst.



- 1. Warum stehst Du jeden Morgen auf? (ja, die Frage kann nie oft genug gestellt werden )
- 2. Was ist der größte Vorteil, dass es Dein Unternehmen gibt?
- 3. Warum bist Du Versicherungsmakler/in geworden? Was fasziniert Dich an diesem Beruf?
- 4. Was kannst Du persönlich besonders gut oder besser als alle anderen in Deinem Markt?
- 5. Welchen Traum erfüllen / welcher Sorge entledigen sich Deine Kunden mit Deiner Hilfe?
- 6. Hat sich das Verhalten der Menschen in Deiner Zielgruppe bzgl. Deiner Angebote über die Zeit verändert?
- 7. Wen willst Du mit Deinen Angeboten erreichen?
- 8. Warum, glaubst Du, kaufen die Kunden bei Dir und nicht woanders?
- 9. Vermutest Du irgendwelche Defizite in Deinem Markt, Deiner Kommunikation oder Deinem Produkt- bzw. Dienstleistungsangebot?
- 10. Ist es Dir wichtig, eine Mission in die Welt zu tragen? Welche wäre das?
- 11. Warum brauchen die Menschen gerade DEINE Produkte und Dienstleistungen?
- 12. Wo siehst Du einen zentralen Engpass bei Deinen Kunden, dessen Lösung durch Dich zur Loyalität Deiner Kunden führt (Minimumprinzip)?
- 13. Welche Ziele verfolgen Deine Kunden mit dem Abschluss einer Versicherung bei Dir?
- 14. Wie erklärst Du Deinen Kunden Deinen Maklerstatus?
- 15. Welche 3 Tätigkeiten im Job tust Du täglich am liebsten?
- 16. Was sind Deine Lieblingssparten?
- 17. Welche Sparten bringen Dir den größten Gewinn?



#### **BUSINESSbasics**

Lass' uns gemeinsam Deine Formulierungen finden und auch technisch alles auf den Weg bringen! Die vollständige Liste an Fragen zum Thema Alleinstellung und Positionierung sowie zur Zielgruppenanalyse erhältst Du, wenn Du an Bord kommst und ein StoryMakler wirst. Denn mit dieser Liste ist auch eine Betreuung durch mich verbunden. Du willst erfahren, was ein StoryMakler ist? Darüber sollten wir uns einmal unterhalten...



Immer wieder unterschätzt wird, dass wir uns in neuen Fahrwassern ohne Steuermann leicht verfahren und um Kopf und Kragen bringen, um dann tragischerweise bald aufzugeben. Vielleicht kennst Du das. Mir ist das oft genug selbst passiert. Aber das erzähle ich Dir ein anderes mal. Dir soll es nicht passieren!



### Inspirationen zum Marketingtool Webinar

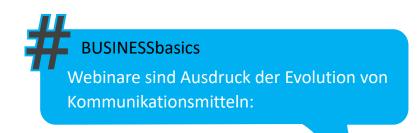
Im Bereich des online-Marketings gibt es ganz viele Missverständnisse! Die meisten verstehen darunter nämlich einfach nur eine Übertragung geschickt formulierter Werbeannoncen aus der offline- in die online-Welt. Doch das geht fast komplett an der wahren Bedeutung des Marketings vorbei! Es geht wie bereits geschrieben (man kann es nicht oft genug wiederholen...) in erster Linie nicht darum, wie man Nachrichten noch besser verbreiten kann und bei der Suchmaschinenoptimierung der Erste am Platz wird. Marketing ist kurz gesagt das Streben nach der Verbesserung der Situation anderer Menschen! Deshalb ist auch jeder von uns Marketer. Und deshalb ist es so wichtig, die Prinzipien zu beherrschen.

Es kommt deshalb auch nicht nur darauf an, welchen Marketingkanal Du nutzt, sondern vielmehr, wie Du ihn benutzt. Es kommt also darauf an, nach welchen Prinzipien Du vorgehst! Marketing ist per se nichts wert, wenn es nicht durch Dich mit funktionierenden und authentischen Inhalten gefüllt wird.

#### **BUSINESSbasics**

Das heutzutage mit am besten funktionierende Marketingtool ist ein zielführendes Webinar.

Ein Webinar aufzusetzen ist gar nicht so komplex, zumal ich Dir Leitfäden an die Hand geben kann, die Dich davor beschützen, etwas Wichtiges zu vergessen oder in alte Muster zurück zu fallen. Deshalb beziehen sich die folgenden Fragestellungen insbesondere auf die Vorbereitung einer Webinarkampagne.





Sinnvoll ist eine Aufteilung in etwa 80% wirklich guten Content (Nutzen für Deine Zielgruppe) und 20% Pitch (ein unwiderstehliches Angebot von Dir) im letzten Teil. So vermeidest Du das, was alle machen: VERKAUFEN, VERKAUFEN, VERKAUFEN und konzentrierst Dich stattdessen auf Mehrwerte und Beziehungsaufbau.

- 1. Warum hast Du noch kein Webinar erstellt (frech, ich weiß... (5)?
- 2. Wie oft hast Du schon an diversen Webinaren teilgenommen?
- 3. Traust Du Dir generell zu, ein Webinar mit allem technischen, organisatorischen und inhaltlichen Drum&Dran aufzusetzen?
- 4. Kannst Du glauben, dass ein Webinar das aktuell conversion-stärkste Marketingtool ist, welches auch Du nutzen könntest?
- 5. Hast Du schon einmal bei einer Webinarteilnahme analysiert, nach welchen Strategien und mit welchen Ideen der Anbieter vorgeht?
- 6. Was wäre ein Lieblings-Webinarthema, welches Du als erstes einmal Deinen Kunden vorstellen würdest?
- 7. Was hältst Du davon, dass Webinare auch automatisiert stattfinden können (! das kann je nach Umsetzung auch negativ ankommen)?)
- 8. Was wäre ein attraktives Ziel für Dich, damit sich Deine Investition in ein Webinar für Dich voll gelohnt hätte?

Habe ich die Lust auf ein Webinar bei Dir wecken können? Keine Sorge, man braucht nicht zwingend eines aufzusetzen - es gibt auch andere gute Wege. Es ist nur heutzutage das beste Tool, um eine nahezu unbegrenzte Zuhörerschaft zu erreichen und wirklich zu begeistern. Deswegen empfehle ich Dir, zu prüfen, ob es nicht doch einen Versuch für Dich wert wäre.

Solltest Du als StoryMakler an Bord kommen, darfst Du Dich schon auf folgende extrem wertvolle Webinarschulungsinhalte freuen:

- ❖ Modul 0: Märkte analysieren wie ein Profi
- Modul 1: Der perfekte Webinar-Auftakt
- Modul 3: Mehrwert, der transformiert und verkauft
- Modul 4: Das Conversion-Katapult als Terminbooster
- Modul 5: So erstellst Du Angebote, die niemand ablehnen kann
- Bonus-Modul 1: Sales-Multiplikatoren finden
- Bonus-Modul 2: Die Puzzleteile zusammensetzen
- ❖ Bonus-Modul 3: Webinarvorlagen zum Befüllen mit eigenen Inhalten
- Bonus-Modul 4: Technik-Unterstützung
- Zusatzbonus: Du erhältst eine Webinarmindmap für mehr speed

#### BUSINESSbasics

Das Beste aber ist: **Du bist nicht** allein, wir machen das gemeinsam!



# Und wie geht es nun weiter? Umsatz kommt von Umsetzen!

Hätte ich noch vor ein paar Jahren ein solches Büchlein an die Hand bekommen und hätte ich glauben können, dass dies die notwendige Herangehensweise an die Themen Positionierung, USP und online-Marketing ist, mir wäre so mancher Irrweg erspart geblieben...

Nutze nun wenigstens Du die Abkürzung, die Dich in weniger als 60 Tagen auf Basis von Grundprinzipien bei minimalem Stress einzigartig sichtbar macht!

#### Lass' uns darüber reden!

In diesem Handbuch konnten wir nur auf einige der wichtigsten Fragestellungen im Zusammenhang mit dem online-Prozess für Versicherungsmakler eingehen. Das komplette Programm kannst Du für Dich nutzen, indem Du ein StoryMakler wirst und bei PositionMarketing an Bord kommst.

Mir ist absolut bewusst, dass Du zeitlich stark gefordert bist, um allen Ansprüchen an Dich und Dein Geschäft und allen Wünschen von Deiner Familie gerecht zu werden. Da kann es schnell passieren, dass das anfängliche Interesse an dieser Materie im Alltags-Hamsterrad versandet. Das ist mehr als menschlich, aber es ist ebenso auch mehr als tragisch! Denn Du wirst sonst allmählich abgehängt und gibst vielleicht irgendwann entnervt ganz auf. Wir kennen den Spruch alle: Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit!

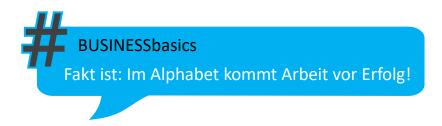
#### **BUSINESSbasics**

Schütze deshalb Deine Investition an Zeit und Geld, Dich mit diesem extrem wichtigen Thema zu beschäftigen!

Du musst anfänglich darauf vertrauen, dass das 3-Phasen-System der für Dich funktionierende Weg ist. Deshalb ist es so wichtig, den Fokus zunächst nur auf die 20% zu legen, die Dir 80% des Ergebnisses bringen werden. Alles andere lenkt Dich ab und raubt Dir Kraft und Mut. Glaube mir, ich weiß, wovon ich rede...

Erhöhe die Qualität Deiner Probleme! Erhalte neue Probleme von höherer Ordnung, z.B. wie soll ich die ganzen Kundenanfragen nun bearbeiten? Daran wächst und skalierst Du. So entstehen allmählich kleine und dann größere Maklerbetriebe. Und Du wirst freigespielt von allen Aufgaben, die Dir momentan entweder keine Freude machen oder die Andere einfach schneller bewältigen.

Tim Ferriss sagt so treffend: "Wenn du unsicher bist, werde Dir klar, dass der Rest der Welt es auch ist. Überschätze den Wettbewerb und unterschätze Dich nicht. Du bist besser als du glaubst."



Du musst etwas tun! Du musst umsetzen! Nutze die Energie des Momentes und fange noch heute mit dem ersten Schritt an!

Und dann hole Dir Hilfe ins Boot, die Dich in Deiner Verantwortung hält und Dir die Leitplanken zur Verfügung stellt, ohne die Du schnell im Seitengraben landest!

Dein wirklicher Erfolg liegt nicht an großen Werbekampagnen oder cleverem Marketing. Er liegt an dir. Er liegt daran, dass du etwas mit dem anfangen kannst, was wir bei PositionMarketing machen — dass es für Dich hilfreich ist. Wir wissen, dass wir nicht unbedingt kompatibel mit der klassischen Marketingwelt sind. Wir "ticken" ein wenig anders ...

Und mache Dir bewusst: Es gibt so viele Menschen, die gern mit dir in dieser Welt tauschen würden. Die nicht einmal die Möglichkeit haben, E-Mails zu empfangen. Die momentan im Krankenhaus liegen und sich nichts mehr wünschen, als die Möglichkeiten, die DU jetzt gerade hast. Mach was daraus!

Fühlst Du Dich jetzt schon schlecht genug, um etwas zu ändern oder willst Du warten, bis es noch schlimmer geworden ist? Wenn Du bereit bist, dann kannst Du <u>hier einen Termin für ein kostenfreies Strategiegespräch buchen.</u>



#### Online-Marketing für Versicherungsmakler

Die Basis für langfristigen Geschäftserfolg

1. Ausgabe 2019 | © Dr. Steffen Wildt

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk, einschließlich seiner Teile, ist geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Autors unzulässig. Dies gilt insbesondere für die elektronische oder sonstige Vervielfältigung, Übersetzung, Verbreitung und öffentliche Zugänglichmachung.

Inhalt: Dr. Steffen Wildt

Bildquellen: pixabay, unsplash

Telefontermin buchen: <a href="https://positionmarketing.de/einstieg/#termin">https://positionmarketing.de/einstieg/#termin</a>

WEITERE INFORMATIONEN ÜBER DEN AUTOR FINDEST DU HIER:

https://positionmarketing.de

xing.de/profile/Steffen Wildt