

GESPRÄCHSLEITFADEN LEAD-GENERIERUNG

...

Wie hört sich das für Sie an?

...

Gut, dann lassen Sie uns kurz klären, ob alle Voraussetzungen erfüllt sind, das dauert nur 30 Sekunden:

1) Bei welcher Gesellschaft sind Sie denn versichert? ...

2) Wie lange sind Sie schon bei der ...? ...

3) Wie hoch ist Ihr monatlicher Beitrag derzeit? ...

4) Ist das der Betrag für Sie allein, oder sind weitere Personen mitversichert? ...

5) Haben Sie Ihren Tarif in den letzten Jahren schon einmal gewechselt (... Ihren Beitrag optimiert)? ...

Großartig, alle Voraussetzungen sind erfüllt. Sie sollten sich von unserem Spezialisten beraten lassen.

...

6) Unsere Beratung, telefonisch und auf Wunsch auch persönlich, ist kostenlos und unverbindlich. Und NUR dann, wenn Sie Ihren Tarif wirklich wechseln und Ihren Beitrag dadurch spürbar senken, wird ein kleiner Teil Ihrer Ersparnis als Beratungshonorar fällig.

...

7) Sie haben derzeit auch noch keinen anderen Experten mit der Tarifoptimierung beauftragt, oder?

...

Gut, dann schlage ich Datum (möglichst zeitnah) um Uhrzeit (9:00 - 19:00 Uhr), passt das bei Ihnen?

...

8) OK, dann tragen Sie sich bitte Wochentag (Freitag), den Datum (29.5.), um Uhrzeit (9:00 Uhr) ein.

...

9) Am besten, Sie suchen Ihre Police vorher raus, dann dauert das Gespräch höchstens 10 Minuten.

...

LEAD-DATENSATZ-AUFBAU

Anrede Name Adresse Jahrgang MB seit bei Telefon Kontakt2 Wunschtermin Zeitstempel Agent

GESPRÄCHSEINSTIEG für TELEFONISCHE BERATUNG / TERMINIERUNG

Anrufdatum/-zeit: siehe *Wunschtermin*

Telefonnummer: siehe *Telefon*

Alternative Kontaktdaten: siehe *Kontakt2*

Guten Tag Herr Muster (Anrede, Name), ... mein Name, es geht um Ihre private Krankenversicherung.

Sie hatten ja (vor)gestern (Zeitstempel) mit Frau Hammerstimme (Agent) über die Beitragssenkung nach § 204 gesprochen. Sie sind über 10 Jahre bei der DKV und zahlen 700 Euro, das ist doch richtig.

...

Sehen Sie, deswegen möchte ich Sie dabei unterstützen, von Ihrem hohen Beitrag runterzukommen, OHNE, dass Sie irgendwelche Nachteile bei den Leistungen oder bei den Altersrückstellungen haben.

Weiter mit a) ODER mit b)

a) TELEFONISCHE BERATUNG

Ich bin unabhängiger und neutraler Tarifexperte und meine Beratung ist kostenlos und unverbindlich. Nur wenn Sie einen meiner Alternativ-Vorschläge annehmen und jeden Monat spürbar sparen, wird ein kleiner Teil der Ersparnis als Honorar fällig. Ich profitiere wie Sie von einer hohen Beitragssenkung, während Ihre Versicherung und Ihr normaler Versicherungsmakler von hohen Beiträgen profitieren.

...

b) PERSÖNLICHE BERATUNG / TERMINVEREINBARUNG

Weil es dabei auf Feinheiten ankommt, biete ich Ihnen an, persönlich bei Ihnen vorbei zu kommen, kostenlos und unverbindlich. Das dauert nur gut 15 Minuten, aber wenn man sich gegenüber sitzt und wenn ich den Versicherungsschein mit geschätzt 20 Seiten vor mir habe, geht's eben doch am besten.

Ich kann Ihnen zum Beispiel den ... um ... anbieten. Wie sieht's da bei Ihnen aus?

...

DO's & DON'Ts für TELEFONISCHE BERATUNG / TERMINIERUNG

1. Interessenten (IN) unter allen Umständen VON einer MOBIL-NUMMER ANRUFEN (falls nicht mindestens die erste Ziffer Ihrer Festnetz-Vorwahl der des IN entspricht).
2. IN unter allen Umständen PÜNKTlich zum vereinbarten Termin (siehe Datensatz) ANRUFEN.
3. Nicht davon ausgehen, dass > 40% der INs zum vereinbarten Termin erreichbar sein werden.
4. Keine Nachrichten auf dem AB des IN hinterlassen und den IN keinesfalls um Rückruf bitten.
5. Ggf. zu verschiedenen Tageszeiten probieren, aber keinesfalls häufiger als zweimal am Tag (außer, es besteht die Möglichkeit, mit unterschiedlichen Mobilnummern anzurufen).
6. Ggf. alternative Telefonnummern des IN nutzen (Kontakt2), falls im Datensatz vorhanden.
7. Den IN als Interessenten zum Zeitpunkt der Leadgenerierung sehen, aber nicht erwarten, dass der IN seine Meinung seither nicht wieder geändert haben kann.
8. Nicht davon ausgehen, dass der IN offen kommuniziert, dass er seine Meinung geändert hat. Menschen haben grundsätzlich Probleme, die Verantwortung für „Fehler“ zu übernehmen.
9. Nicht demotivieren lassen, wenn der IN sagt, dass er nicht (mehr) interessiert ist und dass er das schon im ersten Call kommuniziert habe. Das entspricht in aller Regel nicht der Wahrheit.
10. Nicht demotivieren lassen, wenn der IN sagt, dass er inzwischen von einem anderen Experten beraten worden sei und/oder woanders unterschrieben habe. Sie müssen davon ausgehen, dass Tarifwechsel-INs begehrte Ziele sind und dass andere manchmal schneller sein werden.
11. Datensätze/Leads als Vielleicht-Kunden zum Zeitpunkt der Leadgenerierung sehen, aber nicht als Muss-Kunden, SONST GÄBE ES NUR ENTWEDER Abschlüsse ODER Reklamationen.
12. Ein Meinungsumschwung beim IN ist für den Lead-Lieferanten nicht vorhersehbar und kann auch Folge von ungeübtem/ungeschicktem Aufgreifen des IN durch den Lead-Abnehmer sein.
13. Die Erfolgsquote hat weniger mit der Qualität der Leads zu tun als vielmehr mit Ihrem Talent am Telefon (und vor Ort), was sich daran zeigt, dass einige Abnehmer konstant unter 15% und andere regelmäßig um die 30% reklamieren, obwohl alle Leads aus einem Topf kommen.
14. Holen Sie den IN dort ab, wo er laut Leitfaden oben und Zusatzinfos im Datensatz steht, und werfen Sie Ihr ganzes verkäuferisches Talent sowie Ihr fachliches Know-how in die Waagschale, dann werden Sie nicht mehr als 20% der gelieferten Leads reklamieren müssen.
15. Akzeptieren Sie, dass Sie nicht jeden IN/Vielleicht-Kunden zum Abschluss bringen werden, und konzentrieren Sie sich voll auf die 80% der INs, die wirklich wollen und mitziehen.
16. Räumen Sie Zweifel an Ihrer „Seriosität“ und dem Wunsch des IN, erst mit der Gesellschaft und/oder dem Makler zu sprechen, aus, indem Sie den IN fragen, ob ihn seine Versicherung oder sein Makler bereits auf § 204 hingewiesen habe – und warum das wohl unterblieben sei.
17. Räumen Sie Zweifel an der Notwendigkeit einer kostenpflichtigen Beratung aus, indem Sie den Aufwand betonen, den ein fairer Vergleich von „Äpfeln mit Äpfeln“ verursacht. Es geht ja nicht einfach um günstiger, sondern um günstiger bei möglichst identischen Leistungsdetails.