

Das Unternehmen



Inhaber und Geschäftsführer:
Thorsten Hass, Walter Klein

Kurzporträt

- Gründung 1997
- 31 Mio. Euro Provisionsvolumen (2008)
- 20 Prozent Wachstum (Vergleich 2007/2008)
- 750 Berater/Vermittler im Außendienst
- 80 Innendienst-Mitarbeiter
- mehr als 140.000 Mandanten im Bestand
- über 300 Produktpartner

Als inhabergeführtes Unternehmen bietet ASG eine Plattform für Finanzdienstleister und freie Vertriebe – ohne Beteiligung eines Finanz- oder Versicherungsunternehmens.

Die ASG organisiert das Wachstum ihrer Partner mit einem durchgängigen Beratungskonzept, das alle wichtigen Services, Schulungen und Tools beinhaltet:

- Unabhängigkeit durch Auswahl bei über 300 Produktpartnern,
- exakte 14-tägige, verständliche Abrechnung,
- alle Provisionsarten: Dynamik, Bepro und Courtago,
- Vertriebsunterstützung in den Sparten PKV, KV, LV, Sach und BauFi,
- Lead-Management-System,
- eigene Kundenverwaltung u. v. m.

Kontakt

ASG AssecuranzService GmbH & Co. KG
Hochheimer Weg 5
65719 Hofheim-Diedenbergen
Tel.: 06192 – 9323 – 0
Fax: 06192 – 9323 – 350
E-Mail: info@asg24.de
Internet: www.asg24.de



Perspektive 2010

Vertriebe und Finanzdienstleister müssen auf Nachhaltigkeit und Qualität setzen.

Das zurückliegende Jahr war für viele Finanzdienstleister und Vertriebe ein schwieriges. Einige Mitbewerber haben nach vielen erfolgreichen Jahren „die Waffen strecken“ müssen. Andere jedoch haben Erfolge zu verbuchen und können sich – trotz Krise, neuer Gesetzgebung und Marktkonsolidierung – über ein sattes Umsatz- und Provisionsplus freuen.

Forscht man nach den Gründen, ist sehr schnell klar, was die Erfolgreichen im turbulenten Jahr 2009 anders gemacht haben. Es wurde auf unabhängige Beratung, Qualität und Nachhaltigkeit gesetzt.

Qualität und Vertrauen als Faktor für Erfolg

Die Marktkonsolidierung hat bei denjenigen Unternehmen großen Schaden angerichtet, die sich unflexibel gezeigt haben. Sei es, weil man sich auf eine eingeschränkte Produktpalette verlassen hat; sei es, weil die alte vertriebliche Unsitte „nur Masse bringt

Umsatz“ bis zur Erschöpfung weiter umgesetzt wurde. Diese Unternehmen haben ihre beiden wichtigsten Zielgruppen schlicht vernachlässigt und in Scharen verloren: ihre Berater und deren Kunden.

Bei beiden Zielgruppen sind Qualität und Vertrauen die wichtigsten Schlüssel, um nachhaltigen Erfolg zu haben. Die Kunden sind nach wie vor sensibilisiert durch die Geschehnisse an den Finanzmärkten und hierdurch oft kritischer und konservativer, wenn es um Entscheidungen beim Vermögensaufbau geht. Das große Problem: Sie werden von ihren Beratern zu oft allein gelassen.

Die Kundenzufriedenheit mit dem persönlichen Ansprechpartner steigt mit dem richtigen Beratungsmix: Hierbei sind aber Engagement und Fachkompetenz des Beraters die wichtigsten Indikatoren für eine gelungene und langfristige Kundenbindung. Ein zu geringes Engagement des Beraters führt über kurz oder lang zu Kündigungen.

Aktuelle Marktstudien belegen, dass jeder dritte Kunde keinen regelmäßigen Kontakt zu seinem Berater hat und nur ein Fünftel regelmäßige Servicetermine durch den Berater angeboten bekommt. Die fatale Folge: Die vertriebliche Nutzung der aus den Beratungsgesprächen gewonnenen Informationen bleibt weit hinter den Möglichkeiten zurück.

Unterstützung beim Kundenbindungsprozess

Damit ein modernes Beratungskonzept mit einem nachhaltigen Ansatz von Beratern tatsächlich gelebt und umgesetzt werden kann, muss es vertriebsnah am Alltag orientiert sein und einen Mehrwert bieten, der die Umsetzung von Kundenbindungsmaßnahmen erleichtert.

Neben einer umfassenden Produktauswahl, Marketingunterstützung und den relevanten Schulungen ist eine der wichtigsten Voraussetzungen hierfür die intelligente Vernetzung aller relevanten Informationen. Die optimierte Pflege von Kundenbeziehungen über alle Kontaktpunkte hinweg kann nur technisch, mit einer guten Mandanten-

verwaltungssoftware geleistet werden. Dies war und ist auch der Grund, dass bei ASG ein hauseigenes Programm (BIS 2.0) zum Einsatz kommt, das mit und für den Vertrieb gestaltet wurde. Mit dieser Software ist der Berater in der Lage, alle Kontaktpunkte jederzeit im Blick zu haben – vom Vertragsabschluss über den vereinbarten Servicetermin bis hin zu Geburtstagen und anderen persönlich wichtigen Kontaktpunkten des Mandanten.

Mehrwert aus vorhandenen Informationen schöpfen

Um tatsächlich Mehrwert aus Bestandsinformationen schöpfen zu können, müssen diese zunächst einmal überhaupt vorliegen. Viele Berater haben Kunden mit einer Vertragsdichte unter drei Stück und teilweise entsprechend wenig an Daten, bei denen man im Beratungsgespräch ansetzen kann. Dies ist oft auch dem Umstand geschuldet, dass die Verträge in einer Zeit geschlossen wurden, in der das Beratungsprotokoll noch nicht verpflichtend war.

Wir haben 2009 dieser Tatsache Rechnung getragen und eine Initiative

mit einer sogenannten Mandantenselbstauskunft (MSA) gestartet. Im Rahmen von Serviceterminen haben unsere Vertriebspartner alle Informationen in das Auskunftsfeld übergeben, die dann in der ASG-Zentrale in die Mandantenverwaltungssoftware eingegeben wurden.

Als Ergebnis haben die Berater verwertbare Information, die sie zur Optimierung des Vertragsbestands und zur Steigerung der Vertragsdichte beim Kunden nutzen. Viele der ASG-Vertriebspartner haben so ein erhebliches Wachstum im Bestand verzeichnen können und darüber hinaus auch für mehr Kundenbindung gesorgt. Denn: Sind alle Verträge des Kunden im Bestand des Beraters, sind die Loyalität und das Vertrauen am höchsten.

Die Formel für Erfolg: 300 x 300

Vertrieb muss motiviert werden, Engagement muss sich auszahlen. Um Wachstum aus dem Bestand zu generieren und langfristig erfolgreich zu sein, ist die Formel 300 x 300 ein Bezugswert. Ein durchschnittlicher Haushalt hat acht bis zwölf Verträge im Bereich Versicherungen und Finanzen.

Wird der Vertragsbestand auf mindestens sechs Verträge angehoben, sind dies ca. 300 Euro an jährlicher Bestandsprovision für den Berater. Realistisch betrachtet kann ein Berater 300 Haushalte pro Jahr intensiver betreuen. Dies ergibt ein jährliches Festkommen von 300 x 300, also 90.000 Euro jährlich!

Diese Perspektive für das Jahr 2010 sollte kein Finanzdienstleister an sich vorbeiziehen lassen!

Wenn Sie daran interessiert sind, mit welchen Vertriebsstrategien und Services die ASG ihre Partner außerdem unterstützt, dann besuchen Sie einfach unseren nächsten Beraterinformationstag. Eine kurze Mail an Dennis Bode (d.bode@asg24.de) genügt.



DER AUTOR

Thorsten Hass
Geschäftsführender
Gesellschafter
der ASG
AssecuranzService
GmbH & Co. KG