

Neukunden gewinnen, Vertrauen schaffen

## Warum Kundenbewertungen für Finanzberater wichtig sind

**Kundenbewertungen im Internet sind eine Chance und kein Risiko für Finanzberater, ist Berater Tobias Bierl überzeugt. In seinem Gastbeitrag geht er auf die Vorteile von Kundenbewertungen ein und stellt die geeignetsten Bewertungsportale für Vermittler vor.**

Holen wir etwas aus und lassen Sie mich von meiner jüngsten Reise berichten, welche mich nach Südostasien verschlug. Bei verschiedenen Vergleichsportalen suchte ich den günstigsten Flug. Hier reihte sich eine mir eher unbekannte Airline immer in den ersten Plätzen ein. Zwar günstig, aber welchen Service kann ich erwarten? Wie ist die Pünktlichkeit? Zudem hätte ich nur eine Stunde Zeit zum Umsteigen. Wie sammle ich darüber Informationen? Über bisherige Erfahrungsberichte und Bewertungen von Personen, die mit dieser Airline geflogen sind. Diese waren vernichtend, also nahm ich davon Abstand.

Die nächste Frage stellt sich nach einer Unterkunft. Im schier endlosen Angebot von Buchungsportalen verliere ich bald den Überblick. Was kann mir hier helfen? Ich schaue mir die Hotelbewertungen der bisherigen Gäste eines Vier Sterne Hotels an. Für 23 Euro pro Nacht durfte ich lesen: „Das Wifi ist langsam, die Umgebung ist sehr schmutzig und das Personal unfreundlich“. Für 25 Euro gibt es drei Sterne und „ein sehr aufmerksames Personal, tolle Lage zum Entspannen und schnelles Internet“. Was denken Sie, wofür ich mich entschieden habe? Für Vier oder für Drei Sterne?

### **Kundenbewertungen für Flug, Hotel und Bar**

Das Abendprogramm wartet, aber ich bin fremd in der Stadt. Wo ist was los, welcher Club ist angesagt? Ein kurzer Blick in das Smartphone und Tripadvisor klärt auf, dass das Pub Irish Harp 9,5 von 10 möglichen Punkten bekommt, bewertet von über 100 Besuchern aus der ganzen Welt. Wo denken Sie, habe ich mir am Abend ein Bier gegönnt?

Diese sicherlich nicht alltägliche Einleitung soll Sie darauf aufmerksam machen, wie weit Kundenbewertungen schon in mein Leben vorgedrungen sind. Ich gebe mittlerweile weniger etwas auf eine herausragende Produktbeschreibung des Produktherstellers, als auf die Bewertungen von einer Community. Bestelle ich etwas auf Amazon, so blicke ich vorher auf die Erfahrungen der bisherigen Käufer. Habe ich ein Essenslokal für gut befunden, gebe ich dem Restaurant gerne fünf Sterne auf Facebook. War ich unzufrieden, schrecke ich auch vor ehrlicher Kritik nicht zurück.

### **Die Schwarmintelligenz dominiert**

Mache ich jetzt aber eigentlich nicht das im Großen, was früher im Kleinen passierte? Vor nicht allzu langer Zeit befragte man seine Freunde und Bekannte nach den Erfahrungen mit diesem und jenem Produkt. Da der direkt angefragte Kreis relativ überschaubar gewesen ist, hielten sich auch Rückmeldungen mit hilfreichen Tipps zurück. Dies hat sich aufgrund des Internets radikal geändert – es dominiert mittlerweile die Schwarmintelligenz. Viele, völlig unterschiedliche Benutzer bewerten ein Produkt. Aber wie kann sich ein Finanzdienstleister dies zunutze machen und davon profitieren?

Was ist für uns als Finanzberater das höchste Gut in unserer alltäglichen Arbeit? Diese Antwort kennen Sie sicherlich genauso gut wie ich, nämlich das Vertrauen unserer Kunden. Idealerweise soll eine Kundenbeziehung ein ganzes Leben halten, man begleitet seine Kunden in all seinen Lebensphasen und ist für sie der Ansprechpartner. Immerhin ist der Bereich Versicherungen & Finanzen fast so intim, das nicht mal die eigenen Freunde, Verwandte Einblick erhalten sollen.

### **Eine Empfehlung ist nach wie vor die beste Art der Neukundengewinnung**

Wie haben Sie früher und auch jetzt neue Interessenten erreicht? „Alte Hasen“ am Markt sagen jetzt sicherlich „durch Empfehlungen“. Nein, ich erfinde das Rad jetzt nicht neu, das ist weiterhin die allerbeste Art der Neukundengewinnung. Der Interessent kommt schon mit einem positiven Grundgefühl zu Ihnen und möchte ein Beratungsgespräch. Aber Ihr Kundenkreis ist überschaubar und das Thema Versicherungen ist beim abendlichen Grillen ungefähr so sexy wie eine lange Unterhose. Wie werden Sie dann weiterempfohlen?

Warum machen wir denn das Internet nicht uns zunutze und lassen unsere Kunden & Mandanten positiv berichten? Oder haben Sie dabei Ängste? Ich höre immer wieder von Versicherungsmaklern die Geschichte, dass Sie die Befürchtung hätten, das sie negative Bewertungen erhalten könnten. Aber wovor haben Sie Angst? Haben Sie Bedenken aufgrund Ihrer Beratung? Arbeiten Sie nicht gewissenhaft und haben schnell auf den Abschluss gedrängt? Vermitteln Sie ein unpassendes Produkt und ist Ihnen dies bewusst? Dann gehört dies in die Öffentlichkeit und so haben Sie eine schlechte Bewertung wahrlich verdient. So knallhart muss ich dies hier sagen – es gibt immer noch genügend schwarze Schafe in unserer Branche, welche endlich ausgesiebt gehören.

### **Die Guten werden gut bewertet, die Schlechten schlecht**

Sind Sie aber auf der Seite des Verbrauchers, machen eine anständige Arbeit und beraten mit reinem Gewissen? Was haben Sie hier zu befürchten? Ihre bisherigen Kunden sind mit Ihnen sehr zufrieden, Sie bekommen in der Offline-Welt immer wieder Empfehlungen. Was hält Sie davon ab, Ihre Kundschaft zu bitten, dass Sie kurze Sätze über Sie und Ihre Beratung schreiben – maximaler

Zeitaufwand fünf Minuten? Nehmen wir an, Sie haben bald 30 positive Bewertungen mit fast optimaler Punktzahl, was macht dann eine einmalige nicht so gute Darstellung Ihrer Beratung?

Es macht was – das stimmt. Sie wirken menschlich. Schauen Sie in ein Buchungsportal für Unterkünfte so hat selbst das Top Hotel mal eine negative Bewertung, da nicht jeder Mensch gleich ist und verschiedene Bedürfnisse und Vorstellungen besitzt. Genauso ist es in einer Kundenberatung – ich kann es auch nicht jeden Kunden bei uns im Büro recht machen und ab und zu passt einfach die zwischenmenschliche Chemie nicht. Das ist ganz normal, so ist das Leben.

### **In 90 Prozent der Fälle waren die Kundenempfehlungen ausschlaggebend**

Wir als Unternehmen Finanzberatung Bierl pflegen zwar einen sehr starken regionalen Ansatz, aber dies vor allem im Internet. Unsere Homepage ist wohl optisch wie inhaltlich ganz in Ordnung, die Social-Media-Aktivitäten laufen und über Google sind wir bei bestimmten regionalen Suchbegriffen sehr gut gelistet. Somit werden über das Internet eine nicht unerhebliche Anzahl an Interessenten auf uns aufmerksam, welche sich mit uns in Kontakt setzen. Eine der ersten Fragen von uns lautet „Was war der ausschlaggebende Punkt, dass Sie sich bei uns gemeldet haben“. Hier bekommen wir in 90 Prozent der Fälle die Antwort, dass die Kundenbewertungen einen sauberen und ehrlichen Eindruck gemacht haben.

Sie selber als Interessenten sind mit der Thematik rund um Versicherung, Finanzierung oder Geldanlage überfordert und suchen daher kompetente Beratung. Aber wie findet man aus der schier unglaublichen Anzahl an Vermittlern, Vertrieben und Banken die richtige Adresse? Analog zu der Frage zu Beginn des Beitrages „Wie finde ich aus der schier unüberschaubaren Auswahl an Unterkünften das passende für mich?“. So stellen sich auch viele Verbraucher bei der vertrauensvollen Suche nach einem Finanzberater die Frage. Die wenigsten unserer Anfragersteller aus dem Internet haben nur unsere Seite besucht, sondern Sie haben sich teilweise intensiv auch mit anderen Vermittlern beschäftigt. Letztendlich gaben aber das Gesamtpaket und die Kundenbewertungen für uns den Ausschlag.

### **Reine Fokussierung auf Bewertungen taugt aber nichts**

Aber hier kommen wir schon zu dem Punkt, dass die reine Fokussierung auf Kundenbewertungen meiner Meinung nach im Internet nicht zielführend ist. Bewertungen sind ein Teil des Ganzen und ein Rad muss in das andere greifen. Im obigen Beispiel wurde es kurz angedeutet. Über eine Suchmaschine kommt der Besucher auf unsere Webseite, welche einen vernünftigen Eindruck macht. Die Inhalte passen, es macht alles einen qualitativ hochwertigen Eindruck.

**Der Pfefferminzia Newsletter - für Versicherungsprofis**

[www.pfefferminzia.de](http://www.pfefferminzia.de)

Danach folgt der weitere Klick auf die Bewertungen bisheriger Kunden, welche zum größten Teil auch positiv sind. Aber auch der umgekehrte Weg ist möglich, dass der Suchende über das Bewertungsportal auf mein Profil aufmerksam wird und hier schon eine positive Grundeinstellung erhielt. Dies wurde dann durch einen gelungenen Social-Media-Auftritt oder mit attraktiven Inhalten gefüllten Homepage bestätigt.

### **Die langfristige Kundenbeziehung zählt**

Beim Erstgespräch mache ich mir unsere Transparenz auch zu meinem Vorteil. Ich teile der Person mit, dass wir einzig vom Vertrauen unsere Kunden leben und wir uns somit ganz offen zeigen. Würden wir eine schlechte Arbeit abliefern und gegebenenfalls falsch beraten, würde es morgen die ganze Welt wissen. Wir möchten in 30 Jahren noch am Markt sein und sind an einer langfristigen Kundenbeziehung interessiert, nicht am schnellen Umsatz.

Auch diese Worte schaffen Vertrauen, da unser Besucher somit im Hinterkopf ständig behält, dass er gegen eine unfaire Beratung die Macht des Wortes agieren lässt. Wie sagte schon ein frühes Sprichwort vor einigen Jahrhunderten „Die Feder ist stärker als das Schwert“.

### **Aber welches Portal ist für Finanzvermittler das richtige?**

Dies ist eine durchaus berechtigte Frage, da sich die einzelnen Plattformen grundsätzlich schon sehr unterscheiden. Seitdem ich mich mit dem Thema intensiver auseinandergesetzt habe, gab es auch schon ein massives Sterben am Markt. Groß angekündigte Kundenbewertungsportale sind mittlerweile im komaähnlichen Zustand, wo selbst die besten Wiederbelebungsversuche nur noch unnützen Zeitverlust bedeuten.

Start-up-Unternehmen verbrennen massiv Investorengelder, da die meisten Gründer von der Finanzbranche wenig Ahnung haben. Die Webseite sieht zwar optisch sehr anspruchsvoll aus, aber was hilft es mir, wenn keine Verbraucher auf diese Seite kommen? Und Verbraucher kommen auf eine Seite, wenn diese eine große Auswahl an verschiedenen Beratern bekommen.

Lassen Sie mich zu folgenden Portalen ein paar Worte verlieren und meine Einschätzung für die Zukunft:

**Whofinance:** In meinen Augen ist das für Finanzberater das wichtigste Portal. Es beherbergt die größte Anzahl an angemeldeten Beratern und die meisten Kundenbewertungen. Somit stehen wir regional

auch in direkter „Konkurrenz“ mit weiteren Vermittlern. Zudem wird Whofinance teilweise gut über Google gefunden, ebenso erscheint zweimal im Jahr in der Tageszeitung *Die Welt* eine Ausgabe mit den „besten“ Beratern in Deutschland. Dies eignet sich wieder hervorragend zu Werbezwecken. Nutzt man die kostenpflichtige Version ist Whofinance aber nicht wirklich günstig.

**Google+:** Daran scheiden sich die Geister. Für die Suchmaschinenoptimierung (SEO) ist Google sicherlich sehr wichtig, es wird aber von den Bürgern noch nicht wirklich angenommen. Zudem ist eine Bewertung für den Verbraucher recht kompliziert. Würde ich nur sehr internetaffinen Kunden raten, welche auch ein Google Konto haben.

**Facebook:** Die nächste unbekannte Komponente. Die Bewertungsfunktion auf Facebook kann groß rauskommen, aber ein kompletter Reinfluss ist genauso möglich. Langfristig sehe ich persönlich Facebook hier positiv – es tummeln sich einfach zu viele Nutzer auf dem Portal. Über die nächsten Jahre wird Facebook wohl auch eine eigene Suchmaschine werden. Wenn Sie Facebook-affine Kunden im Bestand haben, können Sie diese ruhig für einen Erfahrungsbericht aufmuntern.

**Kennstduen.de:** Für mich etwas auf dem absteigenden Ast, da das Layout nicht mehr wirklich zeitgemäß ist und das Portal sämtliche Dienstleistungen bewerten lässt. Wird über Google auch nicht mehr so stark gefunden wie früher. Sehr interessant ist aber die Möglichkeit, seinen Kunden eine Bewertungskarte zu geben, welche diese per Hand ausfüllen können. So erreicht man auch nicht internetaffine Kunden.

**Yelp:** Sehe ich für Finanzdienstleister als derzeit nicht relevant an, da diese Plattform eine andere Zielgruppe verfolgt. Aber dies kann sich schnell mal ändern. Etwas fader Beigeschmack bleibt sicherlich für einige Finanzvermittler, dass Yelp die deutsche Plattform Qype übernommen hat und plötzlich viele Bewertungen nicht mehr angezeigt wurden.

Weitere Plattformen halte ich im Moment für nicht relevant. Manche sind fast klinisch tot, andere zu klein um sich auf Dauer zu halten. Für Finanzberater sollte Whofinance die erste Wahl sein. Es werden sich in naher Zukunft aber sicherlich weitere Portale finden, Start-up-Unternehmen gibt es genug am Markt. Die weitere Zukunft bleibt somit interessant. Ich werde neue Bewertungsportale erstmal eine Zeit von der Seitenlinie beobachten und mich bis dahin stark auf die oben genannten Firmen konzentrieren.

### **Bewertungen werden gebündelt**

Ein etwas anderes Format stellen Unternehmen wie „**Ausgezeichnet.Org**“ und „**Provenexpert.com**“ dar. Hier werden Bewertungen von anderen Portalen gebündelt und auch eigene Bewertungen können

gesammelt werden. Interessanterweise kann man auch ein feststehendes Siegel auf seiner Webseite einbauen. Dies halte ich für eine interessante Möglichkeit, da für den Homepage-Besucher die Bewertungen dauerhaft eingeblendet werden.

Ich hoffe, dass ich Ihnen ein wenig die Ängste vor Bewertungen nehmen konnte. Sie sind ein wunderbares Instrument zur Neukundengewinnung, aber auch zur Bindung bisheriger Kontakte. Sehen Ihre Bestandskunden die Vielzahl an positiven Referenzen über Ihre Person, fühlen sich Ihre Mandanten vielleicht noch ein bisschen wohler bei Ihnen. Sehen Sie es als Chance und nicht als Risiko! Aber natürlich gilt auch hier wie im gesamten Online-Marketing: Ein langer Atem und Nachhaltigkeit ist erforderlich, kurzfristig werden sich die Erfolge nicht einstellen. Ich wünsche Ihnen viele positive Kritiken.



#### Über den Autoren

Tobias Bierl (Foto) betreibt zusammen mit seinem Bruder Stefan seit etwa zehn Jahren das Maklerbüro „Finanzberatung Bierl“ in Regensburg. Sie beraten Kunden „ohne Hemd und ohne Krawatte, aber mit viel Leidenschaft“ unter anderem zu den Themen Kapitalaufbau, biometrische Absicherung, Altersvorsorge und Baufinanzierung. Weitere Infos bei der [Finanzberatung Bierl](#) aus Regensburg.

Dieser Artikel erschien am **08.05.2015** unter folgendem Link:  
<http://www.pfefferminzia.de/neukunden-gewinnen-vertrauen-schaffen-warum-kundenbewertungen-fuer-finanzberater-wichtig-sind-1431106304/>