

PRESSEMITTEILUNG

Maklerpools: Heimat oder Zwischenstopp

Wie Pools Vertriebsgruppen langfristig binden können

Hamburg, Juni 2007 – Der Markt ist in Bewegung. Große Banken und Versicherungsgesellschaften bauen massiv Personal ab und setzen immer mehr auf den Vertriebsweg Makler. Damit steigt auch die Bedeutung von Maklerpools, denn sie bieten den Kontakt zu großen Produktpartnern und eine (in der Regel) funktionierende Abrechnungsplattform. Doch trotz der idealen Voraussetzungen bleibt die Fluktuation enorm hoch. Nach Untersuchungen der renommierten Unternehmensberatung NEWBIZZ wechseln bereits nach einem Jahr über 30 Prozent der Einzelvermittler bzw. Vertriebsgruppen vom Maklerpool X zum Maklerpool Y. Wo liegen die Ursachen dafür? „Maklerpools haben das Problem, dass sie oft lose angebundene Einzelvermittler oder kleine Vertriebsgruppen haben, die eigentlich nur Provisionsoptimierung betreiben und damit ihr Geschäft immer dahin bringen, wo sie gerade das Optimum an Provision erhalten,“ so Thomas Münzel, der mit seiner Agentur NEWBIZZ führende Finanzdienstleister betreut. „Dabei geht es vielen Vertrieblern um mehr als die Höhe der Provisionen,“ so Thomas Münzel. „Sie suchen Zusatzleistungen, die es Ihnen ermöglichen, sich auf ihre Kernaufgabe zu konzentrieren, den Vertrieb.“

Serviceangebote als Kostentreiber?

Viele Maklerpools sehen sich in dieser Situation in einer Zwickmühle. Eine Ausweitung der Serviceangebote geht zwangsläufig einher mit einem Ausbau der Innendienstapparate, die zusätzlich hohe Kosten verursachen. Die Folge: Auf Vertriebspartner kommen höhere Kosten zu, die Höhe der Provisionen sinkt.

An dieser Stelle greift das Dienstleistungsangebot von NEWBIZZ. Zusammen mit den Maklerpools entwickelt NEWBIZZ individuelle abgestimmte Serviceangebote für die Vertriebspartner:

- a) Vertriebsausbildungssystem von A – Z (Verkäuferausbildung, Führungsausbildung, Ausbildungssystem für Branchenneulinge zum internen Wachstum der Vertriebsgruppe, sowie Schulungen, bis hin zur IHK-Prüfung zum Fachberater für Finanzdienstleistungen)
- b) Geschäftsführercoaching durch Mentoringprogramme (nicht noch eine Schulung, sondern aktive Begleitung der Tagesarbeit).
- c) Bereitstellung von Präsentationen für Bewerbungsgespräche, Unternehmenspräsentation, Verkaufsgespräche,
- d) Außendarstellungsunterlagen des Pools (Wie verkaufe ich mich meinen Kunden).

Miteinander statt Gegeneinander - NewBizz überwindet Gräben

Doch damit nicht genug. NEWBIZZ sieht eine seiner Hauptaufgaben darin, sinnvolle Synergien zwischen den Pools zu schaffen. „Jenseits der öffentlichen Spiegelkämpfe haben viele Maklerpools doch große Gemeinsamkeiten,“ so Thomas Münzel. „Durch das Schaffen von Partnerschaften zwischen den Pools ist es möglich durch Vermittlungsvolumen, Zusammenlegung, Provisionsoptimierung von Produktgebern zu erreichen. Gerade im Hinblick auf die EU- Vermittlerrichtlinien sind Allianzen daher sehr ratsam.“

Doch jenseits möglicher Kooperationen müssen viele Maklerpools zunächst ihre Hausaufgaben erledigen. Deshalb fordern die Experten von NEWBIZZ, dass die Pools Alleinstellungsmerkmale und Bindemechanismen wie z. B. Beteiligungsmodelle schaffen um so die Anbindung der Vertriebspartner dauerhaft zu garantieren.

Road Shows sind ein Auslaufmodell

Hier bieten sich insbesondere Arbeitsgruppen mit Workshopcharakter, über mindestens 5 Aufbauworkshops (Intensivverkaufstrainings) an, denn viele so genannte Road Shows von Versicherungsgesellschaften haben ihre Wirkung längst verloren. Die freien Finanzdienstleister brauchen heute eine intensive Schulung, die weit über die reine Produktinformation hinaus geht. Deshalb unterstützt NEWBIZZ seine Kunden beim Aufbau und der Durchführung von Kompetenzcentern. Diese werden zusätzlich von NEWBIZZ mit Kundenkontakten und den Einsatz von neutraler Vergleichssoftware ausgestattet, die auf den individuellen Bedarf des jeweiligen Maklerpools abgestimmt sind. Damit bietet NEWBIZZ ein umfassendes Portfolio um die vertriebliche Qualität für 84er, 93er optimal zu verbessern und zusätzlich die Bindung zu Maklerpool zu erhöhen und langfristig zu festigen.

NEWBIZZ Unternehmensberatung GmbH
Wendenstraße 377

20537 Hamburg

Telefon: 040 / 23 68 72 56

Telefax: 040 / 23 68 72 58

E-Mail: info@newbizz.de

Homepage: www.newbizz.de