

# Dienstleister 4.0



Der Kunde kommt auf deine Seite und wird über dein Angebot informiert, da jeder Kunde meist ein direktes Anliegen hat sucht er danach. Er findet bei deinem Angebot das passende Thema (als Beispiel hier Lebensversicherungen). Der Kunde klickt darauf und wird direkt zu dem Info-Video zur Lebensversicherung weitergeleitet. Es muss auch nicht unbedingt ein Video sein, sondern man kann hier auch normale Infos platzieren.



Jetzt kann sich der Kunde direkt ein informatives Video bezüglich, Lebensversicherungen ansehen, in diesem wird ihm direkt gezeigt was für Leistungen du hast und auf was man bei Lebensversicherungen achten muss. **ABER ACHTUNG:** Bitte noch nicht zu viel verraten, sondern den Kunde am besten im Video noch dazu auffordern, sich für die E-Mails einzutragen den hier kriegt er noch mehr Infos. Am besten sollte es so sein, dass es wirklich ein Knackpunkt ist für den der Kunde sich interessiert.

Es gibt auch die Möglichkeit ihm eine „Lebensversicherungscheckliste“ anzubieten die er in einer E-Mail erhält.

Wenn du kein Video machen willst oder kannst, bietest du ihm einfach gute normale Infos an, und die besten Infos und „Tricks“ bei Lebensversicherungen erhält er dann in deinen E-Mails.



Der Kunde trägt sich nun in deine E-Mail Kampagne ein, wenn man das alles richtig anbietet ist es natürlich auch DSGVO Konform mit Double Opt-in, das bedeutet das er seine E-Mail Adresse auch bestätigen muss. Vorhergehend muss er natürlich auch noch zustimmen mehr Informationen von dir zu erhalten und dass er mit deinem Datenschutz einverstanden ist.



Der Kunde erhält seine allererste E-Mail von euch. Das ist ein absoluter Erfolg für dich, denn der Kunde ist nun immer erreichbar. Du kannst eine Geburtstagskampagne einrichten, jeden Geburtstag erhält er eine personalisierte E-Mail von dir und das alles ohne das du einen Finger dafür rühren musst. Klar die erste E-Mail ist eigentlich die Bestätigungsemail aber die lass ich jetzt mal aus. Nun kriegt er in seiner ersten E-Mail, entweder geschriebene Infos von dir, auf die du ihn heiß gemacht hast oder eine E-Mail mit einem Link zu einem weiterführenden Video bezüglich Lebensversicherung. Hier sind dir absolut keine Grenzen gesetzt.



Deine E-Mail Kampagne läuft nun automatisch weiter, wie gesagt, bis auf das du einmal alles aufgesetzt hast ist keine Arbeit damit verbunden. Hier kannst du jetzt mit der Anzahl und mit den zeitlichen Abständen zwischen den E-Mails spielen. Wenn es um Themen geht die einfach mehr Infos brauchen bzw. Zeitintensiver sind sollte sie eventuell länger sein. Auf jeden Fall informieren wir deinen Kunden soweit vorab, dass er bei dem Termin, den er mit dir ausmachen will (Der Termin mit dir ist ja dein Ziel) nicht mehr viele Fragen dazu hat.



Ein Tipp: Die letzte E-Mail sollte die meist gefragten Fragen (FAQ) enthalten, du weißt ja selbst was die meist gestellten Fragen sind, und diese beantwortest du schon vorab. Somit sparst du dir teilweise massiv viel Zeit bei deinen Terminen.



Nun bietest du deinem Kunden einen persönlichen Termin mit dir an, du leitest ihn entweder auf deine Terminvereinbarungsseite auf deiner Webseite oder direkt bei Terminpilot.



Der Kunde macht nun einen Termin bei dir aus, du musst daran denken er ist jetzt bestens informiert, wenn er alles aufmerksam gelesen bzw. angesehen hat. Somit wirst du nicht mehr so viel Zeit dafür benötigen, dafür wirst du aber noch ein Gefühl kriegen.

Als Beispiel weiß ich bei jemanden haben sich die Termine teilweise von einer Stunde auf eine Viertelstunde gekürzt, absoluter Wahnsinn oder?



Der Kunde kriegt eine Bestätigungsemail oder auch SMS, in dieser steht bei welchem Mitarbeiter, Uhrzeit und der Ort. Hier kannst du ihm auch gleich mitteilen was er am besten zu diesem Termin mitbringen soll.

Du kannst dann auch noch einstellen wieviel Stunden, bevor der Termin beginnt, der Kunde eine Erinnerungsemail und auch eine SMS erhält. Somit vergisst der Kunde mit Sicherheit den Termin nicht.



Du hast jetzt vor dir einen bestens informierten Kunden sitzen der vermutlich absolut von dieser Professionalität schwärmt und nicht mehr lange braucht um den Vertrag abzuschließen.



Was haben wir jetzt mit der Automatisierung erreicht?

- Weniger Zeiteinsatz bei der Kundengewinnung
- Weniger Zeiteinsatz dank bestens Informierten Kunde
- Weniger Zeiteinsatz bei der Terminvereinbarung
- So gut wie nur noch interessierte Kunden
- Der Umsatz wächst
- Wir haben mehr Zeit für andere arbeiten oder mich selbst
- Terminvereinbarung vereinfacht für den Kunde