

Die Rentenversicherung

Organ für den Bundesverband der Rentenberater e.V.

Für Sie gelesen

52. Jahrgang
Heft 8 – August 2011
– Auszug Seite 159 –
Autoren: Walter Vogts

Das Einzige, was stört, ist der digitale Kunde

Von Edgar K. Geffroy, Redline Verlag München 2011, 188 Seiten, 19,99 Euro, ISBN 978-3-86881-297-8.

Von Behörden werden Bittsteller, Auskunftseisende, Versicherte und Leistungsbezieher mit „Kunde“ betitelt. Auch bei der Agentur für Arbeit und der Deutschen Rentenversicherung. Notare als beratende und beurkundende Dienstleister kennen im Sprachgebrauch ebenfalls Kunden, oftmals sogar den Kundenstamm. Steuerberater, Rechtsanwälte und Rentenberater beharren in ihrer Kunden- bzw. Auftraggeber-Beziehung auf der Bezeichnung „Mandant“ bzw. Klient – die Ärzteschaft bleibt bei „Patient“.

Der Untertitel des Buchs „Durch Online-Clienting zu mehr Verkaufserfolg“ fesselt Angehörige sogenannter freier Berufe (zum Beispiel auch Rentenberater) wahrscheinlich kaum. Denn sie behaupten, ihr Erfolg bei Mandantenfolge gewiss auch künftig automatisch und zwangsläufig seriöser individueller Beratung. Vorsicht, ruft der Autor, Erfolge machen blind!

Wann haben Sie sich und Ihre Tätigkeit zuletzt infrage gestellt, haben auf der Basis Ihrer Beziehungen und nach Ihrem Gespür für Ihre Kunden = Mandanten eine neue Strategie entwickelt? Jede neue Strategie braucht 1000 Tage, um zu gedeihen – die digitale Welt wird innerhalb dieser Zeit noch einmal alles auf den Kopf stellen. Das Internet verändert grundlegend die Art, wie wir kaufen, leben und arbeiten. Alte Geschäftsmodelle verschwinden und neue entstehen. Trotzdem glauben viele immer noch, sie könnten ihr Business so weitermachen wie bisher.

Wie haben wir nur ohne iPhone gelebt! Nutzen Sie FaceTime privat, auch bei kollegialem Erfahrungsaustausch? Kann der Interessent oder Mandant aus

Überlingen, Mallorca oder New York schnell und kostengünstig Kontakt mit Ihnen aufnehmen? Sind bei Firmenberatungen wie selbstverständlich Skype-Konferenzen möglich? Tauchen Sie in der Google-Suche bei den vorderen Treffern auf – oder sind Sie quasi nicht vorhanden, unsichtbar, gibt es Sie nicht? Ändern Sie permanent und mit viel Aufwand Ihre Homepage, oder stellen Sie lieber ein Video über sich und Ihre Leistungen bei Youtube ein?

Der Leser erhält keine Gebrauchsanleitung, findet Beispiele, ist vielleicht nach dem Studium bereit, vieles neu zu bedenken. Goffrey sagt: Branchen, die glauben, ihr Geschäft sei nicht für das Internet geeignet, fehlt es einfach an Vorstellungskraft, ein entscheidendes Handicap. Wer früh abwinkt, dass das noch nichts oder nichts mehr für ihn sei, stellt sich nur selbst ein Armutszeugnis aus. Spannende Neuigkeiten und Kritik verbreiten sich rasend schnell, Renten-„Gurus“ haben deutlich an Präsenz und Aktivitäten zugelegt. Gefahren, Chancen?

Wer nur und weiterhin davon überzeugt ist, Registrierung und Rechtsdienstleistungsgesetz seien Garantien dafür, den Beruf so ausüben zu können wie schon seit Jahren, der benötigt das Buch nicht. Allen anderen, die auf noch mehr als 1000 Tage aktiver Beratungstätigkeit hoffen, empfehle ich dringend, das Werk zu erwerben, sich elektrisieren zu lassen von Beispielen, Gedanken, Fragen und Inspirationen, bereit zu sein, sich selbst infrage zu stellen, zu ändern und eine neue Strategie zu entwickeln. Nur ein einziger Mausklick und richtig verstandenes Online-Clienting trennt Sie von bisherigen oder künftigen Mandanten, den digitalen Kunden. Leben Sie eine internetfähige Kundenorientierung. Sind Sie gerüstet?

Walter Vogts