

+ Kapitalanlage + Versicherung + Investment + Finanzierung + Betrieb +

VERTRIEBSERFOLG 2019



**Zukunftsweisende Perspektiven und Strategien
für Vermittler und Berater!**

**Innovative, ausgezeichnete Produkte
und Dienstleistungen**

FinanzBusinessMagazin.de

Für Entscheider der Finanzbranche

Ausgabe eMagazin März 2019

GKV: Der Türöffner zu neuen Kunden!



Beitrag von Thomas Adolph
Geschäftsführer
Kassensuche GmbH

Es ist nicht immer einfach, im Vertrieb von Versicherungen aktiv zu sein. Nicht wenige klagen darüber, dass das Geschäft immer mühsamer wird und die regulatorischen Anforderungen oftmals den Spaß an der Arbeit verleiden. Noch dazu sind die Kunden heute weniger offen als früher, sich über die Themen Vorsorge und Absicherung zu unterhalten. Das bedeutet auch für gute und kundenorientierte Vertriebsprofis eine erhöhte Anstrengung, zu Kundenterminen zu kommen.

Die gute alte KFZ-Versicherung hat als Türöffner beim Kunden ohne Frage ausgedient – vor allem, wenn man das Geschäft noch wirtschaftlich betreiben möchte. Der Aufwand einer persönlichen Beratung, gerade auch noch bei Schadensfällen, steht in keinem Verhältnis zum Ertrag.

Umso mehr sind Alternativen gefragt, um mit den Kunden auf sachlicher Ebene wieder ins Gespräch zu kommen. Eine wunderbare Möglichkeit dazu sind die gesetzlichen Krankenkassen. Denn mehr als 70 Mio. Deutsche sind gesetzlich krankenversichert und die noch immer deutlich über 100 Krankenkassen Deutschlands sind beileibe nicht alle gleich. Im Gegenteil, die Unterschiede sind teilweise erheblich – und zwar sowohl vom Beitrag her als auch bei den kassenindividuellen Mehrleistungen.

Schauen wir erstmal auf die rein finanzielle Seite:

Die Krankenkassen können ihren Beitragssatz inzwischen wieder weitgehend selbst festlegen und erheben seit Jahresbeginn 2019 zwischen 14,8% und 16,3%, bezogen auf das Bruttoeinkommen. In der Spitze ist das (aufgrund der Beitragsbemessungsgrenze) eine Differenz von 816,75 pro Jahr. Nicht wenig, auch wenn bei Arbeitnehmern der Arbeitgeber die Hälfte davon übernehmen muss. Dazu kommen die Bonusprogramme für kosten- und gesundheitsbewusstes Verhalten. Man braucht oft nur die Vorsorge regelmäßig zu betreiben, Nichtraucher zu sein und vielleicht noch Mitglied in einem Sportverein – und schon gibt es auch hier Geld zurück. Ohne Probleme sind das meist 50 bis 150 Euro pro Jahr, bei manchen Kassen sogar über 200 Euro jährlich.

Oder wie wäre es mit der Beitragsrückerstattung bei Leistungsfreiheit, wie man sie aus der privaten Krankenversicherung kennt? Kaum jemandem ist bewusst, dass es dies auch bei den gesetzlichen Krankenkassen gibt. Nicht bei allen, aber bei einigen. Bis zu EUR 600,- pro Jahr sind hier möglich!

Und dann betrachten wir mal die Leistungsunterschiede:

Manche Kassen bezahlen eine professionelle Zahnreinigung pro Jahr komplett, bieten vergünstigten Zahnersatz, übernehmen Homöopathie und Osteopathie, zahlen Rooming-In bei Kindern im Krankenhaus, organisieren kurzfristige Termine beim Facharzt in der Nähe und vieles mehr.

Nachdem wir uns nun vor Augen geführt haben, wie unterschiedlich und leistungsstark Gesetzliche Krankenkassen sein können, betrachten wir das Ganze mal aus Vertriebsicht. Wie kann man diese Mehrleistungen nutzen?

Zunächst einmal sei die Zielgruppe definiert. Rund 90 Prozent der Deutschen, also etwa 70 Millionen Menschen, sind gesetzlich krankenversichert. Das ist eine durchaus hinreichend große Zielgruppe. Und selbst für PKV-Spezialisten unserer Branche ist das ein Thema, denn wie oft ist die Ehefrau gesetzlich versichert oder der potentielle PKV-Kunde kann aus gesundheitlichen Gründen nicht in die Private Krankenversicherung?

Wie gut, wenn man in diesem Fall wenigstens zeigen kann, wie trotz allem etwas bessere Leistungen möglich sind. Und wenn es „nur“ die finanziellen Vorteile sind, die das Budget für eine verbesserte Absicherung in anderen Bereichen – Zusatz-Krankenversicherung, Zusatz-Pflegeversicherung oder auch zusätzliche Altersvorsorge – schaffen können.

Es wird schnell klar, wie umfassend die Möglichkeiten sind. Doch wie verschafft man sich nun einen Marktüberblick und wickelt dieses Geschäft wirtschaftlich ab? Schließlich hat niemand Lust, mit über 100 Krankenkassen Vertriebspartnerschaften einzugehen und mit einem Koffer voller Werbeblätter zu den Mehrleistungen unterwegs zu sein. Und gegen eine Kasse zu argumentieren, in der ein Kunde seit Jahren versichert ist und mit der er grundsätzlich gute Erfahrungen gemacht hat – das ist schwer.

Viel einfacher ist es, es den Kunden sich selbst erklären zu lassen, warum seine bisherige Krankenkasse vielleicht nicht optimal für seine heutigen Ansprüche geeignet ist, eine andere dagegen umso mehr. Das geht natürlich nur mit den entsprechenden Werkzeugen und hier bietet sich ein kostenfreies Tool wie die „Interaktive Kassensuche“ an.

Das Prinzip ist ganz einfach: Gemeinsam mit dem Kunden geht man online oder auch in Papierform einen Fragebogen mit rund 70 Leistungspunkten durch, die aus mehreren Bereichen wie Bonusprogramme, Naturheilverfahren, Zusatzleistungen, Gesundheitsförderung oder Service, aber eben auch Beiträgen, Beitragsrückerstattung und so weiter stammen.

Der Kunde muss lediglich einen Haken setzen, wenn ihm die jeweilige Leistung wichtig ist. Hat er seine Auswahl getroffen, lässt man die Parameter vom System auswerten und bekommt vollkommen transparent angezeigt, wie gut die jeweiligen Krankenkassen die Anforderungen des Kunden erfüllen. Nun sucht man mit dem Kunden zusammen dessen bisherige Kasse und stellt sie zum

Beispiel dem Testsieger im Detailvergleich gegenüber.

Eine einfache Frage, lieber Kunde: Fühlst Du Dich bei dieser Erfüllung Deiner Wünsche bei Deiner bisherigen Kasse gut aufgehoben oder passt nicht vielleicht eine andere besser für Dich?

Wie auch immer die Antwort lautet: Sie haben hier schon gepunktet! Ist eine andere Krankenkasse attraktiver und der Wechsel ist gewünscht, kann direkt der Antrag gestellt und mit der Vermittlung eine Provision von bis zu EUR 93,- verdient werden.

Oder die bisherige Kasse passt und der Kunde will dort versichert bleiben – auch wunderbar. Gratulieren Sie ihm zu seiner richtigen Entscheidung!

In beiden Fällen aber sind Sie mit dem Kunden wieder im Gespräch gewesen – einfach mit der Frage: „Lieber Kunde, wann hast Du zum letzten Mal überprüft, ob Du auch in der richtigen und wirklich für Dich passenden Krankenkasse versichert bist?“

Und während Sie mit ihm die 70 Leistungspunkte und weiteren Fragen nach bestehenden und möglicherweise besser behandelbaren Krankheiten durchgegangen sind, haben Sie wertvolle Informationen erhalten.

Hat der Kunde Interesse an einer zusätzlichen Absicherung z.B. für das Krankenhaus, den Heilpraktiker oder die Zähne? Hat er sich schon einmal mit der Absicherung der Pflegebedürftigkeit beschäftigt? Hat er vielleicht wesentliche Vorerkrankungen, die bei anderen beratungsintensiven Themen wie Berufsunfähigkeit ein K.O.-Kriterium sind? Das alles wissen Sie nun vom Kunden. Ein echter Vertriebsprofi wird diese wertvollen Informationen sinnvoll umsetzen.

Die Gesetzlichen Krankenkassen sind also richtig eingesetzt ein echter Türöffner beim Kunden. Die erforderliche Unterstützung erhalten zugelassene Versicherungsvermittler auf dem speziellen Vertriebspartnerportal www.makleraktiv.de des führenden GKV-Vergleichsportals gesetzliche-krankenkassen.de. Vollkommen kostenfrei können darüber die genannten Vergleichstools genutzt und auch gleichzeitig praktisch alle relevanten Krankenkassen vermittelt werden. Das Ganze natürlich optimiert für den mobilen Einsatz mit iPad & Co. sowie mit einem Vergleichsrechner zum Einbau in die eigene Homepage. Ganz einfach für viel Vertriebs Erfolg! ■

Gesetzliche Krankenkassen

Der
Türöffner
beim **Kunden**
für den
Vertrieb:

makleraktiv.de

Ein Service von gesetzliche**krankenkassen.de**

Mitgliedschaften
Leistungs- **Kassen-**
vergleich **check**
Vermittlung