

PRESSEMITTEILUNG

Interne Erhebung: Versicherungsbranche arbeitet außergewöhnlich aktiv mit Kundenbewertungen

- Facebook (24%) und Google (16,3%) werden am häufigsten von Versicherern in ihr ProvenExpert-Profil aggregiert
- Resonanzquote auf Bewertungsanfragen bei Barmenia, Schwenninger und Co. bei durchschnittlich 79%
- Der Bewertungsdurchschnitt bei Versicherern und Beratern liegt bei 4,79 Sternen

Berlin, 26. April 2018. Wenn es um eine Versicherung und damit um Absicherung geht, wird verglichen. Viel Zeit lassen sich potenzielle Kunden dabei allerdings nicht - im Schnitt lediglich [1-3 Suchanfragen](#). Nach was wird gesucht? Remo Fyda, CEO der [Bewertungsmarketing-Plattform ProvenExpert.com](#) nennt einen entscheidenden Punkt: „Wer sich versichert, hat noch kein Problem. Um so interessanter sind die Erfahrungswerte der anderen“. Auf diesen nachvollziehbaren Bedarf reagieren Versicherungen und Berater zunehmend mit Transparenz durch authentische Kundenbewertungen. Insgesamt rund 1.117.000 Bewertungen haben Versicherungen und Versicherungsdienstleister auf ihren ProvenExpert-Profilen gebündelt, das ergab eine interne Erhebung der Bewertungs-Plattform. Dabei liegt bei [Barmenia](#), [Schwenninger Krankenkasse](#), [Swiss Life](#), [Gothaer](#) oder [VPV](#) die Anzahl der aktiv über Umfragevorlagen eingeholten Kundenbewertungen bei im Schnitt 64%.

Bewertungsportale: Wo geben Versicherungskunden ihre Meinung preis?

Wenn der Schuh drückt, ist der Ruf nach der Versicherung laut. Die gemachten Erfahrungen können auf vielen Portalen diskutiert werden – es wird über Sie geredet, ob Sie es wollen oder nicht. Laut interner Erhebung werden vor allem Facebook (24%) und Google (16,3%) als Meinungsforum von Kunden genutzt. Danach folgen KennstDuEinen (6%), finanzen.de (5%) und GoLocal (3%). Alle weiteren externen Quellen, die auf den Profilen gebündelt werden, lagen bei unter 2%. Wer den Überblick hat und weiß, was, wann und wo über seine Leistungen geschrieben wird, kann entsprechend professionell und vor allem schnell reagieren. „Antworten Sie immer rational, lösungsorientiert und persönlich. So wirken Sie greifbarer und vertrauensvoller und versuchen Sie nicht, sich zu rechtfertigen“, rät Bewertungsexperte Fyda.

Aktiv fragen lohnt sich: Resonanzquote der Versicherungsbranche vergleichsweise hoch

Der vorausseilende Ruf ist entscheidend, ob ein potenzieller Kunde zum Versicherungsnehmer wird oder nicht. Die Krux: oft wird nur bewertet, wenn etwas nicht zufriedenstellend war. Zu selten werden erfolgreich abgeschlossene Versicherungsfälle von Kunden kommuniziert. Doch das sollte kein Problem mehr sein. Laut interner Erhebung nutzen Versicherer zunehmend die Möglichkeit, mit branchenspezifischen Umfragevorlagen Kundenbewertungen von zufriedenen Kunden einzuholen. So wurden von Versicherern und Beratern rund 829.000 Bewertungseinladungen an Kunden verschickt. „Die Resonanzquote ist im Vergleich zu anderen Branchen sehr hoch“, stellt Fyda fest. Bei selbständigen Beratern

PRESSEMITTEILUNG

und Maklern liegt sie bei durchschnittlich 56%, bei Barmenia, Schwenninger Krankenkasse, VPV und Co. sogar bei im Schnitt 79%.

Qualitative Bewertungen: Zufriedene Versicherungskunden geben gerne Auskunft

Auch die Qualität der Antworten kann sich sehen lassen. Laut Erhebung hinterließen mehr als zwei Drittel (67%) der Kunden, die eine positive Bewertung abgaben, auch einen Erfahrungsbericht. Weniger Bedarf nach konstruktiver Aufklärung hatten unzufriedene Kunden. Sie kommentierten ihre schlechte Bewertung lediglich zu knapp 1%. Grundsätzlich liegt der Bewertungsdurchschnitt bei Versicherungen und Versicherungsdienstleistern auf ProvenExpert bei 4,79 Sternen (SEHR GUT).

Prozessoptimierung: viele Bewertungen zahlen sich aus

Professionelles Bewertungsmanagement ist ein effektives Werkzeug, das eigene Image in die Hand zu nehmen. So liegt laut interner Erhebung die Weiterempfehlungsquote bei Versicherern, Maklern und Beratern im Schnitt bei 98%. Der Anteil aktiv eingeholter Bewertungen ist bei Barmenia, Schwenninger Krankenkasse und Co. z.B. mehr als doppelt so hoch wie bei selbständigen Beratern und Maklern. Hier liegt noch großes Potenzial, das genutzt werden sollte, so Fyda. Sein Tipp: „Planen Sie Bewertungsanfragen bei Ihren zufriedenen Kunden fest in Ihren Arbeitsablauf ein. Das zahlt sich aus.“ Und das im wahrsten Sinne des Wortes, denn eine gute Reputation ist auch gut für Ihren Umsatz.

Über ProvenExpert

ProvenExpert.com ist mit Remo Fyda als CEO mittlerweile eine der bekanntesten Online-Plattformen für qualifiziertes Kundenfeedback und Bewertungsaggregation in der DACH-Region. Das Bewertungsmarketing-Unternehmen bietet seit 2011 branchenspezifische Umfragevorlagen, mit denen in nur wenigen Minuten wertige Kundenfeedbacks eingeholt werden können. Umfragen, die detailliert zeigen, was Kunden begeistert, wie zufrieden sie sind und wo Potenziale liegen. Das generierte Feedback kann werbewirksam mit dem ProvenExpert-Bewertungssiegel und –Profil im Internet präsentiert werden – gebündelt mit allen Bewertungen, die auf über 320 Portalen wie z.B. Facebook oder Google gesammelt werden. Bereits mehr als 37.000 Freiberufler, Mittelständler und größere Unternehmen holen mit Online-Umfragen von ProvenExpert.com das Feedback ihrer Kunden ein. Seit Mai 2017 steht ProvenExpert Nutzern weltweit auch auf Englisch zur Verfügung.