



### Hybrider Vertrieb

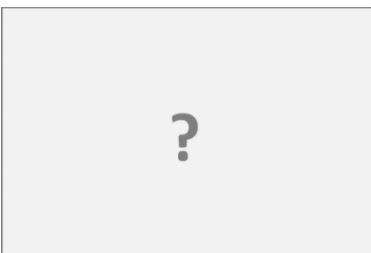
## Vertriebserfolg Versicherung

Außendienst und Vermittler können zurzeit nicht im persönlichen Gespräch beraten. Doch alle anderen Kanäle im modernen „hybriden Vertrieb“ stehen weiter zur Verfügung: für erfolgreiche Neukunden-Akquise und die Bestandskunden-Betreuung im Gewerbe- und Privatkundengeschäft.

**Wollen Sie mehr Umsatz mit Neukunden und aus dem Kundenbestand?** Sie bekommen bei uns effiziente Lösungen aus der Praxis, die funktionieren und garantiert virensicher sind. Hybrider Vertrieb besteht aus **bewährten Systemlösungen**, die digitale und analoge Kanäle wirksam kombinieren.

- **Akquise und Beratung am Telefon** auf der Basis von 25 Jahren Erfahrung mit oder ohne **Telefon-Präsentation**. Persönliche Face-to-Face-Beratung und Verkauf können zu 95 % durch Telefonate mit dem bewährten **roten Faden** ersetzt werden (siehe Seite 3).
- **EVA ist die zuverlässige digitale Vertriebs-Assistenz**: Effiziente Vertriebs-Automation spart viel Zeit und generiert kontinuierlich frische Leads, Verkaufs-Chancen und Umsatz (siehe Seite 4).
- Erkenntnisse und **Tools aus der Neuro-Psychologie** stärken Erfolg und Kundenbindung.

## Bewährte Lösungen für Vermittler und Außendienst



**Wie viele Kunden haben keinen einzigen Kontakt** mit ihrem Kundenberater? Wie schwach wird die Kundenbindung? Kunden springen ab, wie viel Umsatz geht verloren?



**Ein Kontakt pro Jahr** ist schon besser, aber recht wenig. Wie viele echte Verkaufs-Chancen entstehen, viel **Umsatz** wird geschrieben? Wie entwickelt sich die **Kundenbindung**? Und wie hoch sind Zeitaufwand und **Kosten** pro Kontakt?



Mit hybridem Vertrieb können Sie sehr effizient **6 – 12 Kontakte pro Jahr und Kunde** realisieren: EVA versendet hochwertige **One-to-One E-Mails** automatisch mit null Zeitaufwand für das Team. Sie bringt kontinuierlich **frische Leads** und, kombiniert mit dem bewährten Telefon-Leitfaden, beste Verkaufs-Chancen und Umsatz.



**Kundenstimmen:**  
Siehe Seite 6 und 7

## Webinare und Telefon-Coaching für Versicherungs-Vermittler und Außendienst

### Themen

- **Alles rund um Kunden-Telefonate:** vom ersten Kontakt in der Kaltakquise bis zur Stammkundenbetreuung. Inklusive **Leadmanagement**, Telefonverkauf, Cross-Selling usw. Mehr als 25 Jahre Trainer-Erfahrung
- **Strategie** für erfolgreiche Beratung und Verkauf am Telefon mit oder ohne Präsentation
- Mehr Erfolg durch **typgerechtes** Verkaufen. Mit hoher **Erfolgsquote** vom **Lead** zum Abschluss!

### Training und Coaching: bitte einfach Angebot anfordern!

- **Webinare:** Fast alle Vertriebsthemen können in Webinaren geschult und trainiert werden. Wir haben mehr als **150 Webinare Erfahrung**. Zum Beispiel für Deutscher Ring Versicherung, Maklernetzwerk, Alte Leipziger Versicherung, Deutscher Managerverband.
- **Einzelcoaching am Telefon** ergänzt die Webinare sehr effizient und individuell.
- **Präsenztrainings** führen wir gerne wieder durch, wenn es die Bedingungen erlauben.

### EVA ist hochwertiges E-Mail-Marketing und Effiziente Vertriebs-Automation

Die digitale Assistenz EVA versendet zuverlässig hochwertige One-to-One E-Mails, analysiert das Empfängerverhalten rund um die Uhr und meldet sofort Interessenten-Leads per E-Mail  
Wir bieten Ihnen **Strategie-Beratung, Tests** über 3 Monate, **Starthilfe**, Fullservice

### Zur Person

**Eckart Krüger ist Kommunikationsberater, Trainer und Coach mit Schwerpunkt Versicherungen**

25 Jahre Erfahrung als Berater, Trainer und Coach. Zertifiziert vom Q-Pool 100, der offiziellen Qualitätsgemeinschaft internationaler Wirtschaftstrainer und -Berater e.V.

- Nach Studium (TU Darmstadt) Vertriebsleiter und Geschäftsführer
- Seit 1996 Der rote Faden zum Kunden: Tausendfach bewährter Leitfaden in 7 Schritten für Kunden- und Akquise-Telefonate. Z.B. 3-stufiger Vertrauensaufbau, „Klingende Visitenkarte“, typgerecht verkaufen
- Seit 1999 professionelles E-Mail-Marketing
- Seit 2003 Beratung, Training und Coaching von Versicherungsmaklern und -Vertrieben
- 10 Jahre Partner eines führenden Vertriebs-Trainings-Instituts
- 2009 Ausbildung beim „Papst“ das Neuro-Marketing, Dr. Hans-Georg Häusel
- Seit 2014 Entwicklung von EVA in Kooperation mit Vermittlern und anderen Partnern

### Einige Referenzen

Deutscher Ring Versicherung, ALTE LEIPZIGER, Maklernetzwerk, viele Vermittler und Vertriebe, Wella AG, F.A.Z. Frankfurter Allgemeine Zeitung Informationsdienste GmbH u.v.a.

### Veröffentlichungen

Versicherungsmagazin, Finanzwelt, Deutscher Vertriebs- und Verkaufsanzeiger, CallCenterProfi, TeleTalk, Performance, und viele andere E-Books, Blogs und Webseiten.



**Kundenstimmen**  
Seite 6 und 7

## Gut geführte Telefonate mit Präsentation können wirkungsvoller sein als persönliche Gespräche

Mit gut geführten Telefonaten können Sie sehr effizient Ziele erreichen und starke Wirkung erzielen. Wer die **Bilder** einer Telefon-Präsentation mit überzeugender **Stimme** und den **Worten** aus einem guten **Leitfaden** kombiniert, kann mehr erreichen als in den üblichen Kunden- und Verkaufsgesprächen. So können 95 % der persönlichen Kundenkontakte ersetzt werden.

Eine gut gemachte **Präsentation** ergänzt Worte und Stimme um visuelle Informationen, die unser Gehirn liebt. Die Hirnforschung hat gezeigt: Wenn alle 5 Sinne angesprochen werden, kann sich der **Verkaufserfolg verzehnfachen**.

### Sicherheit gewinnen und ausstrahlen

Viele Außendienstler/innen und Vermittler sind **am Telefon unsicher**, weil sie ihre Gesprächspartner nicht sehen können. Dieses Gefühl der Unsicherheit wird von der ersten Sekunde an mit dem Stimmklang auf die Gesprächspartner übertragen. Die Kund(inn)en sind verunsichert, ob das Angebot wirklich gut für sie ist und reagieren entsprechend.

**Wer eine sichere Ausstrahlung hat, erzielt bessere Ergebnisse.** Die Termin- und Abschlussquote steigt oft sprunghaft an. Deshalb sollten Vermittler und Außendienstler die Werkzeuge beherrschen, mit denen ein Höchstmaß an Sicherheit entsteht.

### Vertrauensaufbau am Telefon in 3 Schritten

**80 % der Menschen misstrauen Firmenvertretern**, besonders in der Finanz- und Versicherungsbranche (Quellen: Edelman Trust Barometer und GfK). Eine bewährte Lösung ist der **3-stufige Vertrauensaufbau** am Telefon, mit dem in ca. **45 Sekunden** eine stabile Vertrauensbasis hergestellt wird. Der ist den meisten Vertrieblern und Vermittlern nicht bekannt.

Diese 3 hochwirksamen Schritte aus **erstem Eindruck** (Körpersprache, Stimme), der **Klingenden Visitenkarte** und einem sehr guten Aufhänger kann praktisch jeder in wenigen Stunden lernen, z.B. in zwei oder drei **Webinaren**.

## 2 von vielen Teilnehmerstimmen

**Der erfahrene Kollege**, seit mehr als 10 Jahren bei Schwäbisch Hall: „Wenn ich den Leitfaden sehe, den wir gestern und heute erarbeitet haben, ist mir zum ersten Mal richtig bewusst geworden, welche **Wirkung von den gesprochenen Worten** ausgeht. das war mir bisher so nicht bewusst! Das Wording werde ich auf jeden Fall verinnerlichen, um je nach Situation reagieren zu können und damit die **Quote nach oben** zu schieben.“

**Ein jüngerer Kollege** war bei der Postbank und macht sich gerade als Berater selbständig: „**Es war sehr wertvoll**. Es ist mir gelungen, wieder diese Schärfe rein zu bringen in meine Telefonate. Ich habe definitiv nach dem letzten Seminar die Erfahrung gemacht, dass ich eine höhere **Erfolgsquote** hatte.“



**Kundenstimmen:**  
Siehe Seite 6 und 7

## Mehr Umsatz, Effizienz und Motivation mit EVA

Automatisierte Prozesse können sehr viel Zeit und Geld sparen. Gleichzeitig wird die Belastung im Vertrieb durch zeitgemäßes Leadmanagement abgebaut: Kundenbetreuung und Akquise werden leichter, sicherer und erfolgreicher. Der Zeitaufwand sinkt durch Digitalisierung, Umsatz und Gewinn können nachhaltig steigen.

### EVA ist die digitale Vertriebs-Assistenz

EVA ist zuverlässige **digitale Assistenz** und bedeutet **Effiziente Vertriebs-Automation**. Sie ist seit 2015 mit Vermittlern, Vertrieben und Automations-Experten entstanden und hat sich in der täglichen Praxis bestens bewährt:

### 6 bis 12 zusätzliche Touchpoints pro Jahr und Kunde sind möglich

EVA generiert automatisiert viele gute Touchpoints in der Customer Journey Ihrer Kunden. **Ohne Zeitaufwand für Innen- oder Außendienst entstehen Kontakte** durch hochwertige One-to-One E-Mails. Das stärkt auch nachhaltig die Kundenbindung. Beispielsweise durch

- Willkommens-Kampagnen (5 - 7 E-Mails) nach **Leadeingang** (eigene Webseiten oder Vergleichsportale). Die Abschlussquote steigt.
- Vorbereitung und Nachbereitung von **Beratungsterminen**
- Service-Mails nach **Policierung**
- An wichtige Termine wie Nachversicherungsgarantie selbständig erinnern (Up-Selling)
- **Cross-Selling** auf andere Produkte
- E-Mails zum **Geburtstag** fördern die Kundenbindung
- Virtuelle **Jahresgespräche** sind möglich

### EVA analysiert Verhalten 7/24

Sie kennt die Parameter und merkt sofort, wenn sich ein Kunde für Ihr Angebot interessiert.

### EVA bringt durchschnittlich 6 % Leads

Das sind circa 60 Interessenten auf 1.000 versendete One-to-One E-Mails. Wie auf dem „Silbertablett“ direkt per E-Mail an die verantwortlichen Kundenbetreuer. Mit Leitfaden, damit Telefonate noch einfacher werden.

### Einfacher und zeitsparender geht es nicht!

### Überlegene Technologie

EVA arbeitet mit Premium E-Mail-Marketing Technologie, die der üblichen Software deutlich überlegen ist. Sie können bei uns einen 5-seitigen **Vergleich von EVA** mit üblicher E-Mail-Marketing Software anfordern.

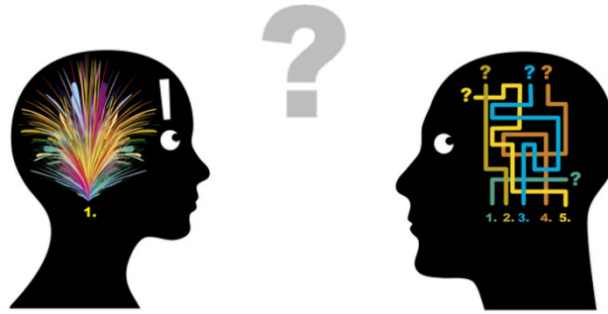
### Unsere Dienstleistung für Sie

- **Beratung** bei der wirkungsvollen Kombination von One-to-One E-Mail-Marketing, Telefonakquise, Beratung und Leadmanagement
- **Testpaket:** EVA 3 Monate zum Testpreis
- **Content** (wir haben **15 fertige E-Mails** von EVA für Versicherungen und Vermittler)
- Auswahl und Programmierung der Premium E-Mail-Marketing Software
- **Fullservice**

### Kontakt

Eckart Krüger  
Telefon: +49 6151 800 36 060  
E-Mail: kruger@akquise-werkzeuge.de

Kundenstimmen: Siehe Seite 7



## Warum Kunden wirklich kaufen!

Kaufentscheidungen werden aufgrund von Emotionen getroffen. Auch wenn Kunden glauben, dass sie „streng rational“ entscheiden, ist das **limbische System zu mehr als 70 %** an der Kaufentscheidung beteiligt. Das limbische System ist der Teil des Gehirns, in dem die Gefühle zu Hause sind.

### Typgerecht einfach mehr verkaufen

Jeder Mensch tickt hier unterschiedlich – beim einen löst die Erwartung von **Gewinnen** und Machtzuwachs positive Emotionen aus, beim anderen die Aussicht auf **Sicherheit und Ruhe**, beim dritten ist die **Freude** entscheidend, etwas Neues mit „**Action**“ auszuprobieren.

### Warum verkaufen Top-Seller leichter und machen mehr Umsatz?

Die meisten Vertriebler und Kundenberater haben schon ein oder mehrere Verkaufstrainings durchgemacht. Dennoch sind die Ergebnisse bei Verkaufsabschlüssen sehr unterschiedlich. Das gilt für **Kunden- und Verkaufsgespräche Face-to-Face** – aber noch mehr für den **Abschluss am Telefon**.

### Top-Seller sind Spitzenverkäufer

- Sie erzielen konstant **hohe Abschlussquoten** über 70 Prozent, weil sie nicht verkaufen, sondern ihre Kunden **emotional passend einkaufen lassen**,
- **sparen viel Zeit**, weil sie Abkürzungen zum Abschluss kennen und
- sind **hoch motiviert**, weil ihnen Verkaufen leichter fällt und sie guten Umsatz machen.

### Das Geheimnis

**Was ist das Geheimnis**, worin sich Spitzenverkäufer vom Durchschnitt unterscheiden?

Es ist **typgerechtes Verkaufen**, das Top-Seller beherrschen. Jede/r kann das lernen. Wir sind ausgebildet vom „Papst“ der Neuro-Psychologie und haben ein komplettes **Webinar- und Coaching-Programm** dafür!

## Angebot für Trainings-Webinare und Coaching

- **Webinare:** Fast alle Vertriebsthemen können in Webinaren geschult und trainiert werden. Wir haben mehr als **150 Webinare Erfahrung**. Zum Beispiel für Deutscher Ring Versicherung, Maklernetzwerk, Alte Leipziger Versicherung, Deutsche ... Finanz- und Versicherungsvertrieben.
- **Einzelcoaching am Telefon** ergänzt die Webinare sehr effizient und individuell.
- **Präsenztrainings** führen wir gerne wieder durch, wenn es die Bedingungen erlauben.

### Kontakt

Eckart Krüger

Telefon: +49 6151 800 36 060

E-Mail: [krueger@akquise-werkzeuge.de](mailto:krueger@akquise-werkzeuge.de)

## Einige von vielen TeilnehmerInnen-Stimmen!

### Zu Coaching, Training und Beratung

„**Das Beste** was ich in den letzten 12 Jahren in der Richtung erlebt habe. Kann ich sehr empfehlen!“  
Thomas Börnert, Geschäftsführer

„**Nach meiner erfolgreichen Teilnahme** an dem Intervall-Training ... hat sich unser mittelständisches Unternehmen hervorragend entwickelt. So werden wir das laufende Geschäftsjahr mit einem Umsatzplus gegen Vorjahr von 40% abschließen.“  
Dr. Hartmut Müller, Geschäftsführer

"**Passt** und war zum wiederholten Mal klasse!"  
Thomas Schulz, Schulungsleiter

"**Eckart Krüger hat uns sehr geholfen**, den Kundennutzen leicht verständlich rüber zu bringen. Dank EVA können wir ganz gezielt akquirieren. Ich habe die Zusammenarbeit als extrem effektiv empfunden. Vielen Dank!" Dipl.-Ing (FH) Freihold Hasselfeld, Geschäftsführer

"**Suuuper, sehr gut** ... Akquise ist wie flirten!"  
Karin Schwind, Geschäftsführerin

"**Besonders gut:** Beispiele aus der Praxis" Jürgen Hübner, Verkauf

"**Klingende Visitenkarte** eingesetzt - gibt in der Tat mehr Sicherheit" Karen Wienefeld, Vertrieb

"**Ein Muss** zur Vertriebsoptimierung!" Jens Bautsch, Geschäftsführer

"**Gelungene Veranstaltung**" Udo Holland

„**Hat mir sehr gut gefallen!**“ Dr. Angelika Jahnke, Vertriebsleitung

"**Gute, übersichtliche Darstellung**, sehr empfehlenswert" Walter Krüger, Vertrieb

„**Kommt gut rüber**, kann ich gut aufnehmen und auf meine Verhältnisse übertragen“ Alfons Helmling, Berater

"**Lebhaft, locker, überzeugend**" Lutz Friedrich, Unternehmens- und Strategieberater

"**Kaltakquise** von Neukunden hat besonders gefallen, gerne wieder, sehr informativ"  
Martin Keller

„**Die erhoffte Strategie wurde erarbeitet.** Das erarbeitete Konzept funktioniert! Es hat mir sehr viel gebracht.“ (Dipl.-Ing. Hendrik Kaczorek)

"**Super!**" Hans Kübler, Geschäftsführer

"**Telefonakquise hat besonders gefallen**, wichtige Anregungen" Günther Havers

"**Runde Sache!**" Nicolas von Wilcke, Geschäftsführer

"**Gute Unterlagen zur Selbstüberprüfung**"  
Ulrich Werntges

"**Besonders gut: Vollständigkeit der Fakten**, Aha-Erlebnis: Engpaß-Orientierung" Günter Lühmann

"**Sehr praxisnahes** und inhaltlich super vorbereitetes und geführtes Seminar" Markus Kurz

„**Es hat mir sehr viel Spaß gemacht** und ich habe sehr viel für mich mitnehmen können“ Gabriele Betz, Innendienst

"**War eine sehr gute Veranstaltung** und hat meine Erwartungen um einiges übertroffen"  
Ronald Block, Berater

„**Das ganze Seminar war Aha-Erlebnis**, da Techniker selten gute Verkäufer sind“  
Christoph Schmid

"**Hat wertvolle und verwertbare Anregungen** gegeben!" Hermann Kroth

"**Hat mir viele Denkanstöße gegeben.** War für mich sehr wichtig!" Gabriele Ruf

„**Gutes Tempo, gute Dokumentation** durch Unterlagen, sympathischer Coach.“  
Marita Forster, Geschäftsleitung

"**Der rote Faden war deutlich sichtbar** und hat deutliche Anker hinterlassen" Stefan Schütz, Unternehmensberater

"**Motivierend**, hat mich als "alten Hasen" wieder "back to the roots" gebracht!"  
Birgit König, Geschäftsführerin

## Typgerecht verkaufen

**"Es war mir eine große Freude,** Sie als Referenten zu erleben. ... Das Thema ist spannend und gilt genauso für meinen Bereich der Personal- und Führungskräfte-Entwicklung. Daran muss man immer wieder arbeiten. Bei Ihnen brachte der Wechsel zwischen anschaulich gestaltetem Input und teilnehmerorientierter Gruppenarbeit Dynamik in das Seminar." Irma Amrehn, Personal-Chefin der Knauf Gruppe (22.000 Mitarbeiter)

**"Vorbereitung ist der Schlüssel zum Erfolg!** Wir sind Topseller!" Vertriebsleiter Vasilios Goulios

**„Es hat mir sehr geholfen** zu erkennen, was meine Kunden für ein Typ sind“ Willi Berns

**„Ein Angebot erstellt:** limbische Schlagwörter verwendet im Angebot und am Telefon. Ich hatte das Gefühl, dass sich der Kunde gut aufgehoben gefühlt hat. Der Auftrag kam zustande, limbisch funktioniert!“ Andrea Müller, Innendienst

**„Gesamteindruck: sehr gut!** Hilft im Alltag und wichtigen Verkaufsgesprächen. Man geht Themen anders an!“ Gökhan Bulut, Vertrieb

**„Argument „zu teuer“:** Gegen-argumentation „zeitsparend“. Es kam zum guten Verkaufsgespräch. Der Kunde akzeptierte limbische Argumente und hat gekauft. Mit Geduld und guter Argumentation kann man die Kunden schneller zur Kaufentscheidung bringen.“ Uwe Thüring

## Zur Arbeit mit Leads aus dem Internet

**"Ein Berater aus Schleswig,** neu in der Akquise mit Leads: „Ich habe das vorher viel zu geringgeschätzt. Ich bin positiv überrascht. Ein Beispiel: diese unterschwelligen Faktoren wie Arbeitsplatz, Aufstehen und dass man seine eigene Stimmung beeinflussen kann – dass der andere das hört und spürt. Dass da he viel passiert, das vergisst man leicht im Alltag. Auch die Tipps zu Arbeitsplatzorganisation und Technik nehme ich mit.“

**"Ein erfahrener Versicherungsmakler** arbeitet an den Feinheiten der Formulierungen. Er sagt: „Ich habe erkannt, dass es Sinn ergibt, diese Nutzenköder noch weiter auszuarbeiten. Die drücken im Kundenkopf die Kaufknöpfe. Dieses

Wording haben wir diesmal noch genauer erarbeitet. Auch als Refreshing war das noch einmal sehr gut.“

**"Ein erfahrener Finanz- und Versicherungsmakler** über 50: „Sie kommen am Telefon mit der Sprache rüber, und auf der anderen Seite entsteht ein Bild im Kopf. Es ist Wahnsinn, was da passiert. Und die Sprache besteht ja nicht nur aus Worten, sondern auch aus Musik (Stimmklang). Wenn man das permanent trainiert, wird man in jedem Gespräch besser. Ich bin ja nun schon über 20 Jahre im Job, ich weiß: Man kann nie genug trainieren.“

## EVA, die digitale Assistenz

**„EVA funktioniert!** Meine Abschlussquote ist gestiegen. Die eMails scheinen eine vertrauensbildende Maßnahme zu sein. Die Kunden sind freundlicher und bitten selbst um einen Termin. Das wird der beste März aller Zeiten!" Benedikt Dernbecher, Geschäftsführer und Vermittler

**"Kundentelefonate sind erfolgreicher** und machen wieder Spaß, weil die Kunden freundlicher sind!" Vertriebs-Assistentin Carmen

**„EVA spart uns viel Zeit** und bringt genau passende Kontakte mit Interessenten zum richtigen Zeitpunkt! Nach unserer Berechnung sparen wir mehr als 70 % Zeit für Akquise durch EVA ein.“ Geschäftsführer F. Hasselfeld

## Zu Webinaren

**"Tolles Konzept!"** Erich Holfelder

**„Ich war anfänglich skeptisch** gegenüber Webinaren. Sie haben mir mein Vorurteil zerschlagen. Es war interessant und kurzweilig ... sehr intensiv und dadurch auch sehr lehrreich" Walter Kropp

**„Ich kann dieses hochintelligente** und überaus aufschlussreiche Webinar von Corinna Diehl und Eckart Krüger nur aus ganzem Herzen empfehlen! ... Wenn Sie die limbischen Typen erkennen, ist das ein 'eye-opener' und und leitet zuverlässig zum Erfolg.“ Dr. Ines Kaldas

**„Champions League!“** Thomas Sohr, Außendienst