

# „Der treueste Lebensgefährte des Menschen ist sein Smartphone“

Interview mit Murát Pascal G. Dursun, Inhaber von app4more..., und Beirat im VSAV e. V. und Fachbereichsleiter Biometrische Risiken beim Bundesverband der Sachverständigen für das Versicherungswesen e. V. (BVSV)

Apps sind für viele Menschen zum alltäglichen Lebensbegleiter geworden. Vermittler und Berater nutzen diesen Trend bisher aber noch kaum als Marketinginstrument. Mit dem neuen Angebot app4more... können sie ihre Kunden regelmäßig erreichen.

**Herr Dursun, nur allzu oft wird beklagt, dass die Versicherungs- und Finanzwirtschaft die Möglichkeiten von Apps noch nicht erkannt hat. Makler- und Beraterbüros setzen diese noch viel weniger ein. Warum tut sich Ihrer Einschätzung nach auf diesem Feld noch relativ wenig?**

Bisher hat der Impuls gefehlt, sich mit dem Thema „Apps“ zu beschäftigen. Ich verstehe die Branche, die seit Jahren mit neuen Reformen zu kämpfen hat. Auch die eigene Weiterbildung muss darüber hinaus noch gewährleistet sein, damit man auf dem neuesten Stand ist. Da bleibt wenig Lust und Zeit, sich mit der digitalen Welt zu beschäftigen.

Wir leben aber heute in einer Zeit der gesenkten Häupter. Alle Menschen laufen mit dem Blick auf ihr Smartphone durch die Welt und bei dem leisesten Piep wird sofort und ohne Ausnahme das liebe Smartphone betrachtet. Der treueste Lebensgefährte des Menschen ist eben nun mal sein Smartphone, das zu ignorieren, wäre fatal, denn es ist eines der besten Marketinginstrumente.

**Was genau können Berater-Apps leisten?**

Die Apps sind zuallererst eines: einfach in der Handhabung, es kommt keine komplizierte Software zum Einsatz, das macht es so interessant. Der Umfang der App ist dabei individuell. Ich empfehle unsere App von app4more... einmal kostenlos aus



Wir leben heute in einer Welt der „gesenkten Häupter“. Jeder hat sein Smartphone ständig im Blick. Makler haben jetzt mit einer persönlichen App die Möglichkeit, wichtige Informationen über diesen Weg an Kunden gelangen zu lassen und so das Smartphone als Marketinginstrument zu nutzen.

den jeweiligen App-stores auf das Gerät zu laden (oder über den QR-Code auf Seite 75) und dort die beispielhaften Funktionen zu betrachten. Das macht den Nutzen sehr schnell deutlich.

**Nennen Sie uns doch ein paar konkrete Beispiele.**

Eine Besonderheit, die wir gemeinsam mit unserem strategischen Partner

SOFTFIN UG umsetzen ist, das wir SOFTFIN® ContentSharing in unsere Apps integrieren können. Es ermöglicht, Dokumente mit seinen Kunden über eine SSL-verschlüsselte Verbindung auszutauschen. Greift der Empfänger auf das Dokument zu, erhält der Makler umgehend eine Information darüber. Damit können die Berater mit ihren Kunden zum Beispiel Angebote zielgerichtet genau dann besprechen, wenn sich diese gerade damit beschäftigen. Selbstverständlich funktioniert der Austausch in beide Richtungen. Der Kunde kann Dokumente hochladen. Über diesen Weg können auch sensibelste Informationen, etwa Anträge mit Gesundheitsfragen oder rechtlich relevante Post, entsprechend den datenschutzrechtlichen Anforderungen ausgetauscht werden. Das ist dann die Champions League des Kundenservice.

Weiter lassen sich integrieren: Produkt- und Verkaufsvideos, Referenztool, Terminanfragen, RSS-Kanal, Treueprogramm und natürlich vieles mehr.

**Ihre App informiert die Kunden des Beraters über Aktivitäten auf dessen Facebook-Seite. Wie genau funktioniert dies?**

Zum einen baut sich dadurch die eigene Facebook-Seite aus und zum anderen landen die Nachrichten automatisch via Push-Nachricht auf allen Smartphones, die die App installiert haben. Die App-Nutzer müssen aber nicht zwingend Facebook-Anwender sein.

**Wie kundenindividuell sind die Nachrichten?**

Es lässt sich für VIP-Kunden innerhalb der App eine Gruppe einrichten, die man dann direkt anschreiben kann.

## Wie ist es mit der Datensicherheit bestellt?

SOFTFIN® ContentSharing macht es möglich, dass Kunden mit SSL-verschlüsselter Verbindung Dokumente austauschen. Wir achten natürlich darauf, dass alle gesetzlichen Bestimmungen eingehalten werden.

## Wer ist bei Ihrem Unternehmen bzw. bei der Erstellung der App noch eingebunden? Was kostet die Entwicklung?

Wir haben eine strategische Partnerschaft mit SOFTFIN® ContentSharing und MYDIVERSO geschlossen. Dabei sind wir übereingekommen, dass Finanzdienstleister, die eine App von app4more... buchen, einen Rabatt erhalten. Die Funktionen werden dann in die App integriert. Das Dreiergespann macht auf jeden Fall Sinn. Für Finanzdienstleister haben wir aber ein besonderes Angebot: 995 Euro zzgl. MwSt.

Wir arbeiten hier auch in enger Abstimmung mit der QFZ Stiftung. Diese gemeinnützige Organisation hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Kompetenzen der Bevölkerung im Umgang mit den eigenen Finanzen zu stärken und ebenso den Berater in der Wissensvermittlung gegenüber seinen Kunden zu qualifizieren. Daher engagiere ich mich ab März im Beirat der Stiftung und will darüber den Ansatz der App zur Wissensvermittlung und zur Kommunikation von Kunde und Berater weiter stärken.

## Eine App oder ein Facebook-Auftritt allein reicht vermutlich nicht. Wie sollte diese in die Marketingstrategie eines Beraterbüros eingebunden sein?

Ja, die Facebook-Seite sollte mit regelmäßigen Informationen gefüllt werden. Zweimal die Woche ist ausreichend, wobei man dies auch automatisieren kann. Die Existenz der App sollte publik gemacht werden, dazu liefern wir einen QR-Code aus, die der Finanzdienstleister in seine Webseite integrieren, in die Signatur seiner Mail einbinden und als Printversion auf das Schaufenster bedrucken lassen kann.

## Was könnte denn in Zukunft über so eine App möglich sein?

Die Zukunft ist schon da: iBeacon heißt das Zauberwort und es schafft revolutionäre Möglichkeiten. Das Funktionsprinzip ist genial, es basiert auf einem Sender-Empfänger-Prinzip. Dazu werden kleine Sender – Beacons genannt – als Signalgeber platziert, die in festen Zeitintervallen voreingestellte Signale, also Push-Nachrichten, versenden. Berater können ihre Kunden beim Betreten des Büros mit einer Push-Nachricht direkt mit dem Angebot des Monats begrüßen. Es bricht dadurch eine völlig neue Zeit an, Kunden zu begeistern. Man stelle sich vor, diese iBeacons sind auch bei einem befreundeten Bäcker, Metzger oder Gemüsehändler platziert und die dort einkaufenden Kunden bekommen einen dezenten Hinweis:

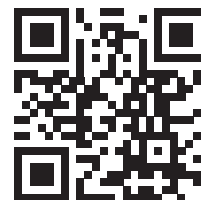
„Die frischen Brötchen von Bäcker XY sind die besten und leckersten – bon appétit. Sie schätzen Qualität, das ist sehr gut. Haben Sie auch Ihre Zukunft und Ihre Arbeitskraft qualitativ abgesichert? Kommen Sie vorbei und lassen Sie sich unverbindlich informieren, wie der Staat Ihre Brötchen im Alter mitfinanziert, lassen Sie diese ‚Leckerei‘ vom Staat nicht einfach liegen. Wir freuen uns auf Sie – Ihr Makler ABC“

Die Finanzdienstleister können so aus ihrer Branche ein Erlebnis für die Menschen machen, die dann diese positiven Gefühle in Form von Abschlüssen zurückbezahlen. Der Begriff „Huckepackmarketing“ wird von fast allen Finanzdienstleistern ignoriert, aber das ist genau der Motor, der für neue Vertragsabschlüsse sorgen kann. Der Versicherungswirtschaft fällt es sehr schwer, jungen Menschen eine moderne Branche zu präsentieren. Nicht ohne Grund hat sie deshalb ein echtes Nachwuchsproblem. Mit der Integration von Apps spricht man genau diese jungen Menschen in ihrer Sprache an.

Mit app4more... hat sich für mich der Traum erfüllt, der Branche ein Instrument an die Hand zu geben und mit viel Freude die wachsenden Umsätze der Finanzdienstleister zu beobachten, die diese App nutzen. ■



Murat Pascal G. Dursun



Über nebenstehenden QR-Code können sich Interessierte ein Bild davon machen, wie eine persönliche App aussehen könnte.