



## **Automatisierte Kundenbetreuung und Lead-Management sparen viel Zeit und erzielen nachhaltiges Umsatzwachstum**

Das Praxis-Beispiel zeigt Ihnen, wie ein Vermittler nachhaltiges Umsatzwachstum erzielt, mehr als 1.700 Arbeitsstunden pro Jahr einspart und den Wert seines Unternehmens vervielfacht.

Vermittler und Team profitieren von mehr als 25 Jahren Erfahrung



**Eckart Krüger**

Zertifiziert vom Q-Pool 100, der offiziellen Qualitätsgemeinschaft internationaler Wirtschaftstrainer und -Berater e.V.

## Effizienter arbeiten mit Bestandskunden und neuen Leads



EVA steht für „Effiziente Vertriebs-Automatation“

Automatisierte Kundenbetreuung und professionelles Lead-Management mit EVA helfen dem Team bis zu 70 % Zeit und Kosten sparen bei

- automatisierter Bestandskunden-Betreuung
- Abschlüssen mit neuen Leads
- Abschlüssen mit Leads, die schon Jahre alt sind

Zusammen mit dem „roten Faden“ für Telefonate ist ein zeitsparendes effizientes Akquise-System entstanden. Berater und Assistenz werden zeitlich entlastet, Zeitaufwand und Kosten pro Abschluss sinken, Gewinne und Einkommen steigen.

Der **Umsatz** wurde in 10 Jahren vervierfacht, die **Kosten pro Abschluss** sind gesunken. **Gewinn und Unternehmenswert** konnten vervielfacht werden.

Die **Motivation** bei Vermittler und Team hat deutlich zugelegt, weil vieles einfacher und erfolgreicher geworden ist. Pro Jahr wurden mehr als 1.700 Stunden **Arbeitszeit** eingespart und Kosten von circa 35.000 Euro. Der Geschäftsführer sagt:

„ *Wir haben jetzt ein rollierendes System vollautomatisierter E-Mails von EVA. Meine Abschlussquote ist gestiegen... Das wird der beste März aller Zeiten!*“

**Auch die Assistentin ist glücklich** über die Zusammenarbeit mit der digitalen Kollegin EVA. Vor allem, weil sie **keine ungeliebten Nachfass-Telefonate mehr führen muss**. Die hat sie immer als „Finger-wund-wählen“ und Zeitfresser empfunden. Seit der Einführung des **EVA+System** hat sie mehr Zeit für Wichtiges, weil sie nur interessierte Personen anruft. Sie sagt:

„ *Telefonieren macht wieder Spaß!*“  
Assistentin Carmen

## Zahlen, Daten, Fakten

**Die Zahlen aus diesem Praxisbeispiel: Ein Beispiel für die leistungsstarke digitale Assistenz EVA mit außergewöhnlichen Fähigkeiten. Das EVA+System betreut Bestandskunden und Leads 100 % zuverlässig und zeitsparend, Hand in Hand mit dem Team.**

EVA arbeitet 7/24 rund um die Uhr, pro Jahr 365 Tage  
Anzahl der automatisiert betreuten **Kunden** circa 800  
Anzahl der **Interessenten** ca. 2.450  
**Quote** von Kunden:Interessenten ca. 1:3

- **An jedem Tag von EVA automatisch versendete individuelle E-Mails: durchschnittlich 45**

Summe von EVA versendete **E-Mails pro Jahr** ca. 16.500

E-Mail-Versand pro **neues Lead** in 24 Monaten: 15 E-Mails

EVA versendet die E-Mails gleichmäßig über das Jahr verteilt. Deshalb bekommen Vermittler und Team die **Verkaufs-Chancen** (Rücklauf aus den E-Mails) ebenfalls **gleichmäßig über das Jahr verteilt**, ähnlich wie Geburtstage. Urlaubszeiten können teilweise freigehalten werden.

**Umsatzsteigerung** pro Jahr durchschnittlich ca. 20 %  
Umsatz in 10 Jahren mehr als vervierfacht, **Gewinn** und **Unternehmenswert** vervielfacht.

Eingesparte **Arbeitszeit** pro Jahr: Stunden ca. 1.700  
Eingesparte **Kosten** pro Jahr: mehr als € 35.000

**Zeitaufwand** für die Automatisierung: nahe null Stunden

**Exklusives Lead-Scoring** spart Zeit und Aufwand.

**ROI:** Allein die zusätzlichen Provisionserträge übersteigen die Kosten für EVA um ein Vielfaches.

**Software, Hosting, Service: 100 % Made in Germany**  
Einfache Anbindung an CRM, Vermittler-Software usw.

Alle Zahlen sind skalierbar.

- **Auch innovative Produkte und Dienstleistungen** können mit EVA leichter eingeführt werden.

**Haben Sie Fragen?**

Dann nehmen Sie bitte Kontakt mit uns auf.

**Auf einer Seite:**

**Effizienter arbeiten mit Bestandskunden und neuen Leads** ..... 2

- Zahlen, Daten, Fakten

**Welchen Nutzen bringt EVA dem Vermittler-Team?** ..... 4

- Geschäftsleitung
- Vermittler und Berater
- Assistenz und Innendienst
- Bestandskunden und Leads
- IT-Verantwortliche

**I. Das Unternehmen** Seite 5

- Ein Vermittler startet durch
- Ergebnisse
- Ziele und Strategie ..... 6
- ROI
- Zwei automatisierte Kreisläufe
- Beispiele für automatisierte Problem-Lösungen
- Ergebnisse

**II. Erfolgreiches Leadmanagement** 7

- Ein graues Quadrat steht für eine E-Mail von EVA
- 50 neue Leads pro Monat
- Automatische Übergabe an CRM und EVA+System
- Tag null: Leadeingang
- Tag 1: EVA sendet die erste beratende E-Mail
- ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ Bis Tag 730 nach Leadeingang: Vertrauensaufbau durch 15 beratende E-Mails
- ■ Geburtstage und andere Trigger
- E-Mail-Versand jederzeit stoppen
- Abschluss startet automatisch nächsten Kreislauf
- Auch Kundentelefonate werden mit EVA einfacher, erfolgreicher und zeitsparender

**III. Kundenbetreuung automatisiert** 8

- Automatische Kundenbetreuung und Cross-Selling
- Abschlussdatum startet Cross-Selling E-Mails
  - ■ Virtuelle Jahresgespräche mit EVA
  - ■ Follow-Up E-Mails bringen Umsatz
  - Exklusives **Monitoring** rund um die Uhr
  - Verkaufschancen und Kundenbindung durch **beratende E-Mails**
  - EVA ist 100 % kompatibel mit jeder CRM
  - Hoher ROI, Kostenteilung ist möglich
  - Vorsprung durch Technologie:** Newsletter und EVA im 5-Punkte-Vergleich

**IV. EVA im Leistungs-Vergleich** 9

- Im Vergleich: 0,2 % ./ 6 % Rücklauf**
- Newsletter und „Finger-wund-wählen“ bringt wenig
- Mit welcher Software haben wir verglichen?** Unter anderem mit CleverReach, GetResponse, Klick-Tipp, Lead-Motor, Mailchimp, Mailresponder, Newsletter2go, phpList, Quentn, rapidmail
- Telefonate sind auch keine Lösung
- Beratende E-Mails von EVA bringen Zeitgewinn und Verkaufschancen
- Ergebnis: Statt 1 bis 2 kommen 40 bis 60 Leads pro 1.000** versendete E-Mails von EVA. Exklusives **Scoring** spart viel Zeit.

**V. Akquise-Telefonate** 10

- Erfolg am Telefon: Der rote Faden zum Kunden
- Terminvereinbarung und Verkauf am Telefon
- Berater, Assistenz und EVA arbeiten Hand in Hand
- Webinare
- Coaching am Telefon: effizient und kostengünstig

**VI. Stimmen zu Training + Coaching** 11

- Was sagen Anwender?

**VII. Zur Person** 12

- Mehr als 25 Jahre Erfahrung als Vertriebsexperte, Berater und Coach
- 4 Schritte von 7 automatisieren bringt
- Neue Chancen für den Vertrieb
- Autor in vielen Fachzeitschriften und Blogs
- Leistungen und Angebote

**Kontakt und weitere Informationen:**

Eckart Krüger  
 Telefon +49 6151 800 36 060  
 E-Mail: [krueger@akquise-werkzeuge.de](mailto:krueger@akquise-werkzeuge.de)

Kostenfreien Telefontermin sofort online buchen auf [www.terminland.de/eckart.krueger](http://www.terminland.de/eckart.krueger)

## Welchen Nutzen bringt EVA dem Vermittler-Team?



EVA ergänzt und entlastet Vermittler und Team

### ■ Geschäftsleitung

Nachhaltiges Umsatzwachstum von durchschnittlich 20 % pro Jahr und sinkende Kosten pro Lead und Abschluss. In diesem Team konnten mehr als 1.700 Arbeitsstunden pro Jahr im Wert von mehr als 35.000 Euro eingespart werden. Die Kundenbindung ist deutlich gestiegen, die GmbH macht nachhaltig mehr Umsatz und Gewinn, der Unternehmenswert steigt.

### ■ Vermittler und Berater

Der Vermittler bekommt mehr Verkaufs-Chancen pro Zeiteinheit. Sozusagen auf dem Silbertablett präsentiert. Das bedeutet für sein Team: höhere Leistung und mehr Umsatz mit weniger Aufwand. Der Zeitaufwand pro Termin und Abschluss ist deutlich gesunken, Abschlussquote und Provisionsumsätze steigen kontinuierlich.

### ■ Assistenz und Innendienst

Kundenkontakte und Telefonate fallen leichter. Sie werden einfacher und erfolgreicher, weil nur noch interessierte Personen angerufen werden. Das können Bestandskunden oder neue Leads sein. Kundentelefonate machen mehr Spaß, Motivation, Sicherheit und Gelassenheit nehmen zu.

### ■ Bestandskunden und Leads

Unerwünschte Kaltanrufe entfallen ersatzlos. Viele Leads wollen nicht sofort abschließen. Auch viele Bestandskunden wollen lieber per E-Mail informiert als angerufen werden. Beratende E-Mails mit relevanten Informationen werden positiv wahrgenommen und führen zu positiven Reaktionen.

Wer keine E-Mails mehr erhalten möchte, kann sich vom Verteiler mit einem Mausklick abmelden.

Es ist viel angenehmer für alle Beteiligten, wenn Kunden und Leads vom Vermittlerteam zum **richtigen Zeitpunkt** angerufen werden. Assistenz und Innendienst finden offene Ohren vor:

*„Telefonieren macht wieder Spaß, weil die Kunden aufgeschlossen und freundlich sind!“*

sagt Assistentin Carmen. Zufriedenheit, Kundenbindung, und -Treue nehmen deutlich zu.

### ■ IT-Verantwortliche

Das **EVA+System** unterstützt bestehende Prozesse durch ein schlankes und flexibles System, das nahtlos integriert werden kann. Die Implementierung ist einfach, die Übergabe der Daten CRM an/von EVA reibungslos und fehlerfrei. Der deutsche Support reagiert schnell, wenn er (selten) gebraucht wird. Software, Hosting, Support ist 100 % Made in Germany.

### ■ Kontakt und Information

In einem ersten Telefonat bekommen Sie einen Überblick über die Möglichkeiten des **EVA+System** für Ihr Unternehmen und Ihre Aufgabenstellung. Gerne beantworten wir alle Fragen.

Vereinbaren Sie einen kostenfreien Telefontermin:

**Eckart Krüger**

Telefon +49 6151 800 36 060

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

Oder kostenfreien **Telefontermin sofort online** buchen auf [www.terminland.de/eckart.krueger](http://www.terminland.de/eckart.krueger)

## Ein Vermittler startet durch



Der Vermittler und seine Assistentin möchten ihre Kollegin, die digitale Assistenz EVA nicht mehr missen

### Bewertungen von Kunden

529 geprüfte Bewertungen



### Bewertungen nach Beratungsthema

Baufinanzierung	★★★★★	4,7 (7 Bewertungen)
Geldanlage	★★★★★	5,0 (3 Bewertungen)
Altersvorsorge	★★★★★	4,7 (167 Bewertungen)
Versicherung	★★★★★	4,8 (401 Bewertungen)
Für Geschäftskunden	★★★★★	5,0 (1 Bewertung)

Original-Bewertungen seit 2009, Stand 12.05.2021

Quelle: [www.whofinance.de](http://www.whofinance.de)

## ■ Ergebnisse

Für die automatisierte Betreuung von ca. 800 Bestandskunden und rund 2.450 Leads konnten mehr als **1.700 Arbeitsstunden** und über **35.000 Euro** Kosten pro Jahr eingespart werden. **Gewinn** und Unternehmenswert steigen – genauso wie **Motivation** und das Einkommen der Beteiligten.

Der Vermittler ist seit 30 Jahren erfolgreich am Markt aktiv, seit 10 Jahren mit seiner „Finanz- und Versicherungsmakler GmbH“, die auf beratungsintensive Personenversicherungen (BU, PKV, RLV usw.) spezialisiert ist.

Das Team aus Berater, Assistenz und Call Center bekommt pro Monat circa 50 neue Leads. Anfangs liegt die Abschlussquote 1:10, die restlichen 90 % ruhen still in der CRM. **Assistenz und Vermittler fehlt die Zeit, Leads und Bestandskunden wie gewünscht nachzufassen. Sie schaffen nur einen Bruchteil der Kontakte. So gehen Abschlüsse und Umsatz an Wettbewerber verloren.**

**Kundentelefonate und Onlineberatung** sind anfangs zeitaufwändig, nicht sehr erfolgreich (Quote 1:10) und kostenintensiv. Eine neue Beratungs- und Verkaufsstrategie mit dem „roten Faden“ verdoppelt die Abschlussquote innerhalb weniger Wochen.

**E-Mail-Marketing** soll die Ergebnisse weiter verbessern und Zeit sparen helfen.

**Ein erster Versuch scheitert:** Die Einführung einer üblichen E-Mail-Marketing-Software (⇒ Seite 9) ist keine gute Lösung, sie bringt nur wenig Rücklauf und Umsatz und kostet viel Zeit.

**Analyse: 15 Monate lang wird das Empfänger- und Abschlussverhalten von mehr als 1.200 Leads analysiert. Die Kauf-Parameter werden sichtbar, die auf Interesse und Abschlussbereitschaft hindeuten.**

Nach intensiver Suche finden wir eine Premium-E-Mail-Marketing-Software, die Leads und Bestandskunden automatisch betreut, **rund um die Uhr Verhalten analysiert und „heiße“ Interessenten direkt an die Assistenz oder den Vermittler meldet.**

Das **EVA+System** spart viel Zeit und führt zu nachhaltigem Umsatzwachstum. **Abschlussquote und Umsatz steigen, die Kosten pro Abschluss sinken.**

Auch Qualität und Ergebnisse der **Beratungs- und Verkaufstelefonate** werden deutlich besser. Dabei hilft der bewährte Leitfaden mit dem „roten Faden zum Kunden“. Siehe Seite ⇒ 10, 11

„ **Meine Abschlussquote ist gestiegen. Das wird der beste März aller Zeiten!**“

sagt der Geschäftsführer. Der Umsatz seiner GmbH entwickelt sich von Allzeithoch zu Allzeithoch.



EVA spart viel Zeit und steigert die Effizienz im Vertrieb. Damit kein Umsatz an Wettbewerber verloren geht.

## □ Ziele und Strategie

Die **Umsätze** mit Leads und Bestandskunden sollen nachhaltig wachsen. Der **Zeitaufwand** für Kundenbetreuung und Leadmanagement sollen so gering wie möglich gehalten werden.

Die **Kosten** pro Abschluss sollen sinken und die **Kundenbindung** durch Vertriebs-Automatisierung gestärkt werden.

**Leads und Kunden sollen vollautomatisch E-Mails mit hoher Relevanz zum richtigen Zeitpunkt erhalten.** Das hält Leads und Kunden warm und „füttern“ sie mit Informationen. So wird das Interesse hochgehalten und verhindert, dass sie zum Wettbewerb abwandern.

**Der optimale Zeitpunkt** für die Beratung soll sichtbar werden. Das Team will wissen, wann eine Person an einer Beratung interessiert ist. Diese Information soll möglichst in Echtzeit aufs Handy gesendet oder in die CRM erkennbar sein.

Lästige und meist fruchtlose **Nachfasstelefonate** sollen durch eine bessere Lösung ersetzt werden.

Gewünscht wird eine einfache und reibungslose **Integration** in die vorhandene Software-Umgebung, z.B. CRM und Branchen-Software.

## □ ROI

Der zusätzliche Provisions-Ertrag und die Kosten-einsparung sind um ein Vielfaches höher als die Investition in das **EVA+System**.

## □ Zwei automatisierte Kreisläufe

EVA betreut automatisiert zwei Kreisläufe mit Kundenkontakten:

- **Leadmanagement vor dem Abschluss** ⇒ Seite 7
- **Bestandskunden-Betreuung und After-Sales-Service** ⇒ Seite 8

## □ Zwei Beispiele für automatisierte Problem-Lösungen

**Problem:** Neue Leads schließen meistens nicht zeitnah ab. Die Folge: Nach dem ersten Kontakt liegt die Adresse in der Datenbank und wird nur noch sporadisch angesprochen – wenn überhaupt.

**Automatisierte Lösung:** Gezielte individuelle Ansprache der Interessenten mit passgenauen E-Mails. Mit relevantem Content (Inhalten) wird das Interesse warmgehalten, das Vertrauen in den Vermittler gestärkt und dem Vergessen vorgebeugt.

**Problem:** Viele dieser Leads wollen nicht sofort beraten werden und sind genervt von zu vielen Anrufen des Vermittler-Teams. Der richtige Zeitpunkt für den Start der Beratung wird oft verpasst.

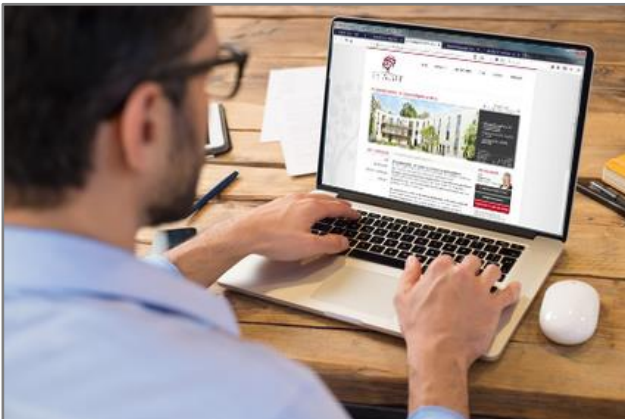
**Gefahr:** Kunden gehen leicht verloren, wenn sie „vergessen“ werden und der richtige Zeitpunkt für den Start verstrichen ist. Der Umsatz geht dann an den Wettbewerb, wenn der es besser macht.

**Automatisierte Lösung:** EVA beobachtet das Empfänger-Verhalten rund um die Uhr. Durch dieses Monitoring der richtigen Parameter bemerkt EVA, wann ein Lead Interesse zeigt an einer Beratung. EVA meldet das direkt an die verantwortlichen Mitarbeiter – in der CRM oder direkt per E-Mail.

## □ Ergebnisse

**EVA macht Interessenten sichtbar, die sonst verloren gehen.** Sie können dadurch zum richtigen Zeitpunkt angesprochen werden.

**Das spart bis zu 85 % Zeit** und steigert die Effizienz in Akquise und Kundenbetreuung. Und es spart viel „Nerven“, weil die Leads vorinformiert sind. Telefonate werden dadurch leichter und einfacher.



Interessant mit Kontaktformular: Die Leads aus dem Internet werden von EVA vollautomatisch betreut und warmgehalten

### □ 50 neue Leads pro Monat

Die Leads stammen in der Regel aus dem Internet: von Leadhändlern wie finanzen.de oder eigenen Webseiten. Diese Daten können von EVA automatisch und individuell verarbeitet werden.

Der Vermittler erhält monatlich circa **50 neue Leads**. In diesem Praxisbeispiel konzentrieren wir uns auf Leads für Berufsunfähigkeitsversicherungen (BU), stellvertretend für alle Personenversicherungen und beratungsintensive Dienstleistungen.

### □ Automatische Übergabe an die CRM und das EVA+System

#### ■ Tag Null: Leadeingang

Der Tag des Leadeingangs ist als „Tag Null“ definiert. Der Interessent bekommt eine erste E-Mail, in dem seine Anfrage bestätigt und der Berater namentlich angekündigt wird.

Alle Informationen werden automatisch in die CRM übernommen. Die Adresse steht Innendienst, Berater und der digitalen Assistenz EVA zur Verfügung.

### □ Auch Kundentelefonate werden einfacher, erfolgreicher, zeitsparender

Vermittler und Assistenz berichten übereinstimmend, dass Telefonate mit Leads und Kunden einfacher, kürzer und angenehmer sind, wenn Interessenten schon beratende E-Mails bekommen und gelesen haben. ⇒Seite 10, 11



■ Symbol für E-Mail von EVA

#### ■ Ab Tag 1: EVA sendet beratende E-Mails

EVA versendet einen Tag nach Leadeingang vollautomatisch die erste **beratende E-Mail** mit

- **Kurzvorstellung** von Vermittler und Team
- **Stärken** und Leistungsspitzen, mit denen das Team sich positiv von Wettbewerbern abhebt.
- **Links auf informative und interessante Videos und Artikel bei Finanztest, FAZ, Brigitte** (die große Frauenzeitschrift) usw. stärken das Vertrauen und verankern die Botschaften auch emotional.
- **Beratender Content zeigt**, worauf es besonders ankommt. Z.B. die wichtigsten Punkte für diese beratungsintensive Versicherung (hier BU)
- **Link** auf Fragebogen-Download als Vorbereitung für die Beratung
- **Die Signatur** hebt noch einmal die Stärken von Vermittler und Teams hervor
- **Kundenstimmen** stärken den Vertrauensaufbau.

Die **Öffnungsrate** dieser E-Mails liegt über 60 %.

#### ■ Bis Tag 730: Vertrauensaufbau durch 15 beratende E-Mails

In den ersten 24 Monaten (730 Tage) nach Leadeingang erhält jedes Lead 15 E-Mails in unterschiedlichen Zeitabständen. In anderen Projekten können das mehr oder weniger E-Mails sein.

#### ■ ■ Geburtstage und andere Trigger

Glückwünsche zum Geburtstag mit Links auf attraktive Videos fördern die Kundenbindung. Viele Daten können zur Steuerung der E-Mails und für Cross-Selling genutzt werden.

#### ■ E-Mail-Versand jederzeit stoppen

Der E-Mail-Versand an eine E-Mail-Adresse kann jederzeit gestoppt werden: Durch Empfänger mit einem Maus klick, vom Vermittler-Team mit einem Wort an EVA.

#### □ Abschluss startet nächsten Kreislauf

Mit dem erfolgreichen ersten Abschluss geht die E-Mail-Adresse automatisch in den **Kreislauf für Bestandskunden** über. ⇒Seite 8

## Nach dem Abschluss startet EVA automatisch Kundenbetreuung und Cross-Selling



EVA betreut Kunden 100% zuverlässig und automatisiert.

Optimales E-Mail-Marketing bedeutet: Interessenten und Kunden erhalten zum richtigen Zeitpunkt E-Mails mit relevanten Inhalten.

### □ EVA sendet beratende E-Mails zum individuell passenden Zeitpunkt

#### ■ ■ ■ Abschlussdatum startet Cross-Selling

Mit dem Abschlussdatum startet EVA die automatische Bestandskundenbetreuung mit Cross-Selling-Angeboten.

#### ■ ■ Virtuelle Jahresgespräche mit EVA

Kunden bekommen jährlich von EVA automatisch eine E-Mail mit den Fragen, die jeder Vermittler seinen Kunden einmal pro Jahr stellen sollte.

#### ■ ■ ■ Follow-Up E-Mails bringen Umsatz

In den letzten Jahren haben wir viele interessante Ergebnisse erzielt. Beispiel: eine bestimmte Art von Follow-Up-E-Mails bringt sehr guten Rücklauf.

### □ Exklusives Monitoring

EVA überwacht und erkennt Kunden-Interesse rund um die Uhr. Sie meldet Interessenten sofort an die verantwortlichen Kundenbetreuer. Das macht Kundenkontakte einfach, zeitsparend und erfolgreich.

### □ Mehr Verkaufs-Chancen und Kundenbindung durch beratende E-Mails

Viele zusätzliche gute Touchpoints stärken die Kundenbindung, bringen Verkaufs-Chancen und nachhaltiges Umsatzwachstum durch automatisierte

- Willkommens-E-Mails
- E-Mails rund um den Beratungstermin
- Service-E-Mails nach Abschluss
- Cross-Selling Angebote
- Geburtstags-E-mails
- Automatisierte Jahresgespräche
- Nachfass-E-Mails

### □ EVA ist kompatibel mit jeder CRM

EVA ist kompatibel zur CRM- und Branchen-Software und arbeitet auf der Basis der DSGVO. EVA beherrscht alle Sprachen. Entwicklung, Hosting und Support 100 % Made in Germany, 140 Mitarbeiter in Deutschland.

### □ Hoher ROI, Kostenteilung ist möglich

EVA bringt ein Vielfaches von dem, was Sie kostet. Zusätzlich können sich mehrere Vermittler die Kosten von EVA teilen. Gerne informieren wir Sie über Details.

## □ Vorsprung durch Technologie: Newsletter und EVA im 5-Punkte-Vergleich

### Newsletter und Werbe-E-Mails

Newsletter und werbliche E-Mails werden oft in großen Mengen versendet. Von den Empfängern werden sie als Werbung wahrgenommen, kaum gelesen und schnell weggeklickt.

1. **Newsletter** werden in der Regel auf einmal an viele Empfänger gleichzeitig versendet.
2. **Das Empfänger-Verhalten ist wie eine Blackbox** mit vielen ???
3. **Interessenten werden nicht erkannt.**  
Durchschnittlicher **Rücklauf: 0,1 bis 0,2 %**
4. **Priorisierung:** Herkömmliche Newsletter- und E-Mail-Marketing-Software kennt keine Priorisierung.
5. Die wenigen Interessenten reagieren innerhalb weniger Tage nach dem Versand.

► Mehr Details ⇒ Seite 9

### Beratende E-Mails von EVA

EVA betreut Leads und Bestandskunden ganz individuell mit beratenden E-Mails. Die relevanten Inhalte werden gelesen und sind ein Schutz gegen den „Digitalen Tsunami“ Mehr Details ⇒ Seite 9

1. **EVA versendet beratende E-Mails** zum individuell passenden Zeitpunkt, verteilt über das ganze Jahr.
2. **EVA überwacht Empfänger-Verhalten** 7/24 rund um die Uhr
3. **EVA erkennt Interessenten** und meldet sie an eine in diesem Datensatz hinterlegte Adresse. Durchschnittlicher **Rücklauf: 6 %**
4. **Priorisierung:** EVA versieht jeden Interessenten mit einem Lead-Scoring (Bewertungszahl). Das macht den Kontakt einfacher und spart viel Zeit in der Kundengewinnung.
5. **EVA liefert die Interessenten gut verteilt über das Jahr**, Urlaubszeiten usw. können frei bleiben.





Herkömmliche Kundenbetreuung ist oft eine „Blackbox“:  
Durchschnittlich 0,1 % Interessenten auf Newsletter oder E-Mails

### ■ **Herkömmliche Software und „Finger wund wählen“ bringt wenig**

Was passiert, wenn Newsletter oder E-Mails mit herkömmlicher Software versendet werden? Ein Teil der E-Mails wird geöffnet, Links werden geklickt. In der Regel gibt es nur 0,1 bis 0,2 % Rücklauf. Viele sagen dazu „Ziel erreicht!“, weil sie es nicht besser wissen und keine bessere Lösung kennen.

**Die CRM-Datenbank ist hier eine „Blackbox“: Vermittler und Team haben wenig Informationen, wer sich gerade für welches Angebot interessiert.**

### ■ **Welche Software haben wir verglichen?**

Wir haben die Premium Software-Technologie von EVA u.a. verglichen mit CleverReach, GetResponse, Klick-Tipp, Lead-Motor, Mailchimp, Mailresponder, Newsletter2go, phpList, Quentn, rapidmail.

### ■ **Ergebnis: durchschnittlich 0,1 – 0,2 %**

Mit viel Glück bekommt der Vermittler 0,1 bis 0,2 % Rücklauf, das sind:

- ▶ **1 bis 2 Interessenten pro 1.000 versendete Newsletter oder Werbe-E-Mails**

### ■ **„Finger-wund-wählen“ kostet viel Zeit und ist auch keine Lösung**

Der Versuch, Kunden und Interessenten telefonisch zu erreichen, scheitert meistens aus Zeitmangel. **Stress und Frustration** entstehen durch die vielen „Neins“ von Kunden und Interessenten. Viele wollen gerade jetzt nicht angerufen werden. **Ergebnis:** Zu wenig Kontakte pro Jahr, Verkaufs-Chancen und Umsatz gehen verloren.



Mit EVA werden Interessenten sichtbar.  
Der Rücklauf beträgt durchschnittlich **6 Prozent**.  
Das gilt auch für innovative Produkte und Dienstleistungen.

### ■ **E-Mails von EVA bringen Zeitgewinn und zusätzliche Verkaufs-Chancen**

- **EVA versendet beratende E-Mails** mit relevanten Inhalten zum passenden Zeitpunkt. Das bringt viele zusätzliche Kontakte pro Kunde.
- **EVA überwacht das Empfängerverhalten** rund um die Uhr an 365 Tagen. Wir haben über 15 Monate mehr als 1.200 Leads und deren Abschlussverhalten analysiert. Daher kennt EVA die Einflussgrößen, die auf Interesse und Abschlussbereitschaft hindeuten.
- **EVA meldet Interessenten sofort** an die eine für diesen Datensatz hinterlegte E-Mail-Adresse. Das kann der Vermittler, die Assistenz oder jemand anderes sein.
- **Priorisierung:** EVA versieht jeden Interessenten mit einem **exklusiven Leadscoring (Bewertung)!** Das spart viel Zeit rund um die Kunden-Telefonate.
- Die **Öffnungsraten** der Willkommens-E-Mails liegen seit Jahren über 60 Prozent.
- **EVA liefert Interessenten gut verteilt** über das Jahr, Urlaube usw. können freigehalten werden.
- Der Vermittler und sein Team haben bis hier **null Zeitaufwand**, alles wird „frei Haus“ geliefert.

### ■ **Ergebnis: durchschnittlich 6 %**

Erfahrungsgemäß bekommt der der Vermittler und sein Team zwischen **4 % und 9 % Rücklauf**, durchschnittlich sind es circa 6 %. Das bedeutet:

- ▶ **40 bis 90 Interessenten pro 1.000 versendete beratende E-Mails von EVA, zeitlich gut verteilt, mit exklusivem Scoring (Bewertung) versehen.**

Dadurch gewinnt das Team viel Zeit und erspart sich Stress und „Frust“ durch NEINS und Abwimmeln.

## Erfolg am Telefon: Der rote Faden zum Kunden

Die anfangs schlechte Erfolgsquote von ca. 1:10 wird auch durch Fehler am Telefon verursacht. Dem Berater und seiner Assistenz ist nicht bewusst, wie schnell und aus welchen Gründen sie Kunden am Telefon verlieren. Telefontraining und Coaching **verdoppeln die Erfolgsquote**, der **Zeitaufwand** und die **Kosten pro Abschluss** sinken deutlich. **Sicherheit** und Motivation am Telefon wachsen und Telefonate machen mehr Spaß.



Berater, Assistenz und EVA arbeiten im EVA+System zuverlässig, zeitsparend und erfolgreich zusammen

### Terminvereinbarung und Verkauf am Telefon mit dem bewährten roten Faden

Das Telefon ist als Akquise-Werkzeug im Zuge der Digitalisierung noch wichtiger geworden: Für Kundenkontakte, Abschlüsse und Beziehungspflege. In den letzten 25 Jahren haben wir mehr als 1.500 Telefontrainings und Coaching erfolgreich durchgeführt, seit 2011 mit Schwerpunkt auf Leads bzw. Datensätzen aus dem Internet.

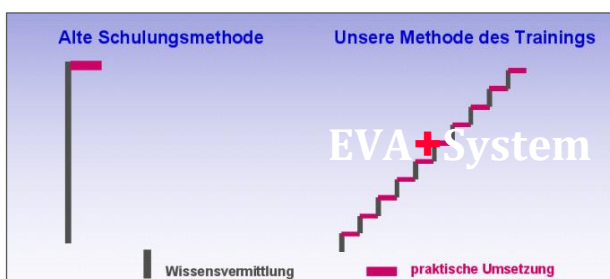
#### Stichworte zu den Inhalten:

- **Der rote Faden** in 7 Schritten
- Wie entsteht optimale **Wirkung am Telefon?**
- Die „**Klingende Visitenkarte**“
- **3-stufiger Vertrauensaufbau** in 45 Sekunden
- Einwandbehandlung und **Fragetechniken** sind wichtig für alle, die Kundentelefonate führen.

Vermittler, Innendienst und Assistenz erarbeiten ihre individuelle „Klingende Visitenkarte“, die sofort authentisch, sympathisch und wirkungsvoll in die tägliche Praxis umgesetzt wird.

Das gibt **Sicherheit**, verbessert die **Qualität** der Kommunikation und die **Ergebnisse**.

## Webinare und Coaching am Telefon



Intervall-System: **Webinare + Coaching = Erfolg**

Das **Aus- und Weiterbildungsprogramm** für Akquise- und Verkaufstelefonate ist **seit 25 Jahren** bekannt und bewährt. 2021 findet es als Webinar, auf Wunsch plus individuelles Coaching statt:

- Praxisnahes Lernen in Webinaren
- Das Gelernte erfolgreich in die Praxis umsetzen
- Spitzenleistung durch Coaching entwickeln

Durch Covid-19 sind Online-Präsentationen und Kundentelefonate noch wichtiger für den Vermittler-Erfolg geworden. Vermittler\*innen, Innendienst und Assistenz lernen mit dem bewährten **roten Faden**, wie sie mit hoher Erfolgsquote Termine vereinbaren und die Leads zum gewünschten Ziel führen.

**Eckart Krüger** ist einer der profiliertesten Telefontrainer in Deutschland. Er ist zertifiziert und arbeitet seit 2003 mit Vermittler-Teams.

„ Kunden- und Anwender-Stimmen finden Sie auf der nächsten Seite ⇨ 11 und unter [www.akquise-werkzeuge.de/stimmen](http://www.akquise-werkzeuge.de/stimmen)

## Was sagen Anwender?

**„EVA funktioniert! Meine Abschlussquote ist gestiegen. Die Kunden sind freundlicher und bitten selbst um einen Termin ... Das wird der beste März aller Zeiten!“** Vermittler und Geschäftsführer

**„Es hat mir sehr viel Spaß gemacht und ich habe sehr viel für mich mitnehmen können.“**  
Vertriebs-Assistentin

**„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

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

**„Herr Krüger benutzt dabei einen speziellen „roten Faden“, der bei allen Teilnehmern sehr gut ankommt. Methodik und Systematik seines Vortrages sind sehr gut verständlich.“**  
Geschäftsstellenleiter

**„Kundentelefonate machen wieder Spaß, weil die Kunden freundlicher sind“** Assistentin

Ein erfahrener 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. Auch die psychologischen Ansätze, was ich damit bei den Kunden auslösen kann, 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 (Mitte 30) war bei der Postbank und macht sich gerade als Vermittler selbständig: **„Es war sehr wertvoll. Es ist mir gelungen, wieder diese Schärfe reinzubringen in meine Telefonate durch das Herausstellen von mehr Details. Ich habe definitiv nach dem letzten Seminar die**

**Erfahrung gemacht, dass ich eine höhere Erfolgsquote bei der Wahrnehmung der Termine hatte, und dass die Termine von den Kunden auch wirklich wahrgenommen wurden.“**

Ein erfahrener Vermittler (seit über 20 Jahren selbständig) arbeitet schon seit einigen Monaten mit dem roten Faden. Er hat eine Erfolgsquote über 70 % bei der Terminvereinbarung und sagt: **„Für mich ist es optimal, es hat mir positives Feedback gebracht. Ich habe erkannt, dass es Sinn ergibt, diese Nutzenköder noch weiter auszuarbeiten und im Kundenkopf auch die Kaufknöpfe. Dieses Wording haben wir diesmal noch genauer erarbeitet. Auch als Refreshing war das noch einmal sehr gut.“** Er gibt noch den jüngeren Kollegen den Tipp: **„Das Wording auf sich selber umsetzen, authentisch bleiben, und die Feinheiten justieren!“**

Ein erfahrener Vermittler (seit vielen Jahren selbständig): **„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 Stimmklang. Wenn man das permanent trainiert, wird man in jedem Gespräch besser. Ich bin ja nun schon über 20 Jahre im Job und weiß: Man kann nie genug trainieren.“**

Ein Vermittler aus Schleswig, für den die Akquise mit Leads noch neu ist: **„Ich fand das alles sehr gut und hab das vorher viel zu geringgeschätzt. Ich bin positiv überrascht. Es kam viel, dass ich schon früher erahnt habe. Ein Beispiel: Diese unerschwelligen Faktoren wie Arbeitsplatz, Aufstehen und dass man seine eigene Stimmung beeinflussen kann – dass der andere das hört und spürt. Dass da unter der Oberfläche viel passiert, das vergisst man leicht im Alltag. Auch die Tipps zu Arbeitsplatzorganisation und Technik, solche Sachen nehme ich auch mit. Auch der Erfahrungsaustausch in der Gruppe war mir sehr wichtig, da nehme ich viel mit.“**

## 4 Schritte von 7 automatisieren bringt Mehrwerte



In einem Beratungstelefonat beantworte ich gerne alle Fragen

Mit dem **EVA+System** können Sie mehr Werte aus Ihren Leads und Bestandskunden herausholen: EVA versendet individuelle **E-Mails zum richtigen Zeitpunkt**, erkennt Empfänger-Verhalten und liefert **kontinuierlich Verkaufschancen**. Das steigert nachhaltig Umsatz und **Gewinn**. Kundenbindung und **Sicherheit** im Kontakt nehmen zu.

Welche Ergebnisse Sie erwarten und wieviel **Zeit** und **Kosten** Sie mit EVA einsparen können, kläre ich gerne mit Ihnen in einem kostenfreien Telefonat.

### Kontakt und Information

Buchen Sie ein kostenfreies Beratungstelefonat unter [www.terminland.de/eckart.krueger/](http://www.terminland.de/eckart.krueger/) oder senden Sie eine kurze E-Mail an [krueger@akquise-werkzeuge.de](mailto:krueger@akquise-werkzeuge.de)

### Eckart Krüger

Er gilt als einer der profiliertesten Vertriebs-Experten. Seine Erfahrung macht ihn zu einem gefragten Partner für Vermittler, die neue und effizientere Wege im Vertrieb gehen wollen.

Er ist zertifizierter Berater, Vertriebstrainer und Business-Coach mit Fokus auf E-Mail-Marketing, Online-Beratung und Telefonverkauf.

Als Urheber des **EVA+System** ist er ein beliebter Berater, Webinar-Veranstalter und Coach zu Vertriebsthemen.

2009 Zusatzausbildung bei Dr. Hans-Georg Häusel, dem Top-Experten für Neuro-Psychologie und Neuro-Marketing.

#### Leistungen:

- EVA+System Fullservice
- Beratung
- Coaching
- Webinare
- Telefontraining



### Mehr als 25 Jahre Erfahrung als Vertriebsexperte, Berater und Coach

Nach seinem Studium war er 12 Jahre Vertriebsleiter und Geschäftsführer einer Marketing GmbH und 10 Jahre Partner der ascent AG.

Seit 1995 Vertriebsberater, Coach und Trainer, 2003 zertifiziert vom „Q-Pool 100“, der offiziellen Qualitätsgemeinschaft internationaler Wirtschaftstrainer und -Berater e.V. Zur Unterstützung von Vermittlern und deren Teams entwickelte er zusammen mit Kunden das **EVA+System** für einfache automatisierte Prozesse mehr Effizienz im Vertrieb.

Sein Spezialgebiet ist die erfolgreiche Kombination aus hochwertigem E-Mail-Marketing, Online-Beratung und Akquise-Telefonaten.



**Autor** in vielen Fachzeitschriften wie Versicherungsmagazin, Finanzwelt, CallcenterProfi, Performance, diversen E-Books und Blogs im Internet. Er ist einer der Autoren des „Marketing-Handbuch für Mittelständische Unternehmen“ aus 2001.

„*Eckart Krüger kennt mein Unternehmen inzwischen fast besser als ich selbst!*“

Geschäftsführer  
Finanz- und Versicherungsmakler GmbH