



KUNDENSTECKBRIEF

Jan

Wer ist Jan?

Mit der genauen Zielgruppenansprache können Sie Ihre Beratung optimieren und individuell auf Ihren Gesprächspartner eingehen.

Mit dem **Kundensteckbrief** soll die Zielgruppe der »frühen Millennials« angesprochen werden. Das sind Menschen der **Generation Y**, die **zwischen 1980 und 2000** geboren sind.

- Die Zielgruppe hat ihre Ausbildung/ Studium abgeschlossen, sich im Job bereits etabliert und will sich für die Zukunft absichern. Sie verfügt über ein gutes Einkommen
- Die Familienplanung ist bereits fortgeschritten – in der Regel hat die Zielgruppe Jan im Schnitt zwei Kinder, ist verheiratet. In dieser Phase des Lebens spielt der Wunsch nach Wohneigentum eine immer größere Rolle
- Die Millennials haben die Bankenkrise vor zehn Jahren bewusst mitbekommen und agieren vorsichtig – sie legen daher aber auch großen Wert auf eine solide Absicherung

Diesen Sachversicherungsschutz sollten Sie Jan mindestens empfehlen:

Privathaftpflicht

Jan ist auf der Suche nach einer guten **Privathaftpflichtversicherung**, die ihn und seine Familie rundum absichert. Bisher war er mit seiner Privathaftpflicht, die einen guten Basisschutz bot, sehr zufrieden, möchte aber aufgrund seiner neuen Lebenssituation die Möglichkeit eines Upgrades nutzen. So empfiehlt sich beispielsweise die Haftpflichtversicherung für Haus- und Grundbesitzer, die auch eine Bauherrenhaftpflicht für Projekte bis 500.000 Euro (comfort) miteinschließt. Mit Blick in die Zukunft sollten besonders die Varianten Premium und PremiumPlus interessant sein, damit Jan die Sicherheit hat, jederzeit optimal abgesichert zu sein. Garantiert.

Hausrat

Natürlich hat Jan bereits eine **Hausratversicherung**, doch mit dem Umzug in ein eigenes Haus empfiehlt es sich, die bestmögliche Police abzuschließen – hier besteht für Jan Beratungsbedarf. Zu überlegen ist beispielsweise, ob die pauschale Berechnung der Versicherungssumme für den Haushalt noch angemessen ist. Sicherlich wird ein umfangreicherer Schutz benötigt. Jan profitiert dann von den Highlights der Condor Hausratversicherung und ist gegen Schäden durch Feuer, Leitungswasser, Sturm, Hagel und Einbruchdiebstahl abgesichert.



Das ist Jan.

Jan ist Mitte 30, arbeitet in einem Architekturbüro und lebt im Speckgürtel einer Großstadt. Er bekommt mit seiner Frau, eine Ärztin, ein zweites Kind und möchte mit seiner Familie ein Haus kaufen. Jan hat seine Finanzen im Griff, konnte etwas Ersparnis zurücklegen und hat für das Haus einen Kredit aufgenommen. Er startet mit dem Umzug in ein neues Leben und möchte sich optimal absichern.

Rechtsschutzversicherung

Jan möchte eine **Rechtsschutzversicherung** abschließen, da es immer mal zu Rechtsstreitigkeiten kommen kann. Ob es ein Streit mit den zukünftigen Haus-Nachbarn ist, Jan beim Online-Verkauf betrogen wird oder Unstimmigkeiten mit dem Arbeitgeber drohen – mit dem Privatrechtsschutz ist Jan jederzeit optimal abgesichert und bleibt nicht auf horrenden Anwaltskosten sitzen.

Wohngebäude

Jan möchte demnächst ein Haus kaufen. Daher braucht er natürlich eine **Wohngebäudeversicherung**, denn sie sichert sein Gebäude gegen zahlreiche Gefahren ab – vom Brand bis zum Wasserschaden. Mit den Zusatzbausteinen der Condor ist er auch gegen weitere Naturgefahren, wie Erdsenkung oder Überschwemmung, den Bruch von Gebäudeverglasung und sogar gegen den Ertragsausfall seiner zukünftigen Photovoltaikanlage versichert.



KUNDENSTECKBRIEF

Jan

So beraten Sie Jan

Die Zielgruppe Jan ist angekommen: im Job, in der Familie und in seinem Sport – er ist begeisterter Triathlet. Jan weiß, was er will, das gilt auch für seine Versicherungen. Für neue Wege in der Absicherung ist er jedoch durchaus offen.

Wo steht Jan gerade

Es ist wichtig und erfolgsversprechend, sich die **Motive und Interessen der Zielgruppen** im Vorfeld **bewusst** zu **machen**.

- Wenn die Millennials eine Familie gründen oder vergrößern, sind sie in der Regel finanziell abgesichert – verfügen in jedem Fall über ein festes Einkommen
- Eine Absicherung ist nicht nur selbstverständlich, sondern liegt in vielen Fällen bereits vor. Mit der Änderung der Lebensumstände wächst das Bedürfnis nach mehr Sicherheit
- Die Zielgruppe Jan denkt bei der Absicherung auch (oder ganz besonders) an die Familie. Daher benötigt sie einen guten und dauerhaften Privatschutz, mit dem man sich nicht jedes Jahr erneut auseinandersetzen muss

Fakten, Fakten, Fakten

Jeder Mensch braucht eine Hausrat-, Haftpflicht- und Rechtsschutzversicherung. Und da Jan ein Haus bauen möchte, wird eine Wohngebäudeversicherung unverzichtbar sein. Das sind **unbestreitbare Fakten**, die Sie auch **ins Feld führen** sollten.

- Arbeiten Sie mit Beispielen aus Ihrer Praxis: Welche Kosten können auf Jan zukommen, wenn er nicht ausreichend abgesichert ist
- Werden Sie konkret: Was passiert, wenn es in der Wohnung oder im Haus brennt und Jan keine gute Hausratversicherung abgeschlossen hat
- Mit den Produkten des Condor Privatschutz ist Jan rundum abgesichert. Egal, was Jan plant und wie groß seine Familie noch werden sollte

Millennials kommunizieren im Hier und Jetzt

Jan nutzt hauptsächlich sein Smartphone, über das er auch seine E-Mails abrufen und sich **über Versicherungen online informiert**.

- Die Kundenunterlagen sollten online und offline abrufbar sein
- Alle Vertriebsunterlagen sind gebündelt und auf den ersten Blick verständlich
- Sie sollten jederzeit erreichbar sein – die Y-Generation ist flexibel, erwartet das aber auch von Ihrem Gegenüber

Ähnliche familiäre Hintergründe und Motive

Wer in einem ähnlichen Alter wie Jan **ist** und über den gleichen familiären Background verfügt, **wird** vom Kunden **leichter akzeptiert**. Verwenden Sie:

- Erfahrungen aus dem eigenen Lebens- und Familienumfeld
- Erfahrungen von Verwandten – im besten Fall ist Jan ein Bestandskunde und Sie kennen sein Lebensumfeld sehr gut
- Eine Argumentation mit praktischen Beispielen, allerdings ohne negative Bilder

Unschlagbare Argumente helfen

Die Zielgruppe Jan hat zudem genaue Vorstellungen von ihrer Absicherung. Das ist für Sie eine gute Möglichkeit, um **weitere Argumente** anzuführen. **Testurteile können** hierbei **hilfreich sein**.

- Zeigen Sie unabhängige Zertifikate für die Notwendigkeit der einzelnen Produkte
- Die Generation Jan wird vieles nachrecherchieren wollen, nennen Sie Quellen im Netz, die relevant sein könnten
- Jan erkundigt sich bereits im Vorfeld über die benötigten Versicherungen und stellt fest, dass Direktversicherer preiswerter sind, aber ein geringeres Leistungsspektrum bieten. Belegen Sie Ihren Hinweis auf die deutlich umfangreicheren Leistungen von Serviceversicherern mit konkreten alltagsnahen Beispielen.

Lebenssituationen können sich ändern

Die Zielgruppe Jan ist beruflich angekommen, auch finanziell. Dennoch sind weitere Karrieresprünge möglich. Mit der neuen familiären Situation steigen auch die **Ansprüche an eine hochwertige Absicherung**.

- Ist Jan Bestandskunde und plant mit der größeren Familie den Hausbau/Umzug in eine größere Wohnung, steigen auch die Ansprüche an eine Absicherung
- Beginnen Sie bei dem Neukunden Jan mit dem Rund-um-Sorglospaket der Deckungsvarianten Premium oder Premium Plus, um ihn optimal abzusichern
- Preissensible Kunden genießen mit der Variante comfort und den möglichen Zusatzbausteinen hochwertigen Versicherungsschutz