

Tech-Unternehmen Bridge baut Service für Finanzberater weiter aus

Das Dresdner Sales Tech Unternehmen Bridge ITS GmbH baut seine Servicedienstleistungen weiter aus und ergänzt nun seine Tool-Bibliothek um neue Beratungsstrecken. Diese bestehen aus produktbezogenen Sales Stories, mit denen Maklerfirmen sowie Vertreter von Versicherungsunternehmen und Finanzdienstleistungsvertrieben ihren Kunden visualisiert und interaktiv verschiedene Produktthemen näherbringen können.

Zurich Versicherung als neuer Produktpartner

Diese Sales Stories entwickelt Bridge gemeinsam mit Partnern aus der Produktwelt. So ist beispielsweise aktuell die Zurich Versicherungsgruppe an der Entwicklung eines neuen Service-Moduls zu ihrer Grundfähigkeitsversicherung beteiligt gewesen.

Gemeinsam haben beide Gesellschaften mit dem Grundfähigkeitsmodul eine Lösung kreiert, mit dem Verbrauchern in der Online-Beratung ein schwieriges Produkt erklärt wird und er dabei immer Teil seines Entscheidungsprozesses bleibt.

Einfache Handhabung durch die Finanzdienstleister

Von Vorteil ist auch, dass die Beratungssoftware von Bridge bereits bei den allermeisten Maklerpools zum Einsatz kommt. Somit brauchen die dort angeschlossenen Maklerfirmen keine neue Bridge-Lizenz erwerben, sondern erfahren die Sales Stories als zusätzliche Service-Dienstleistung für den Wissenstransfer. Beratende und Kunden werden bei der Interaktion automatisch durch den visualisierten Beratungsprozess geführt, so dass auf Vertriebsseite technisch eigentlich keine weiteren Vorkenntnisse erforderlich sind. Wer sich dennoch unsicher ist, kann vorab an Online-Schulungen teilnehmen oder sich das nötige Wissen über Erklär-Videos aneignen.

Erzeugung von Emotionen in der Online-Beratung

Hintergrund dieses Serviceangebots ist, dass sich in der Online-Beratung nur schwer Emotionen erzeugen lassen. Mit seiner interaktiven Beratungssoftware will Bridge hier eine Brücke zu den Verbrauchern herstellen. „Das gelingt auch in aller Regel, aber gerade auf Ebene von erklärungsbedürftigen oder neuartigen Produkten brauchten wir zusätzlich ein Angebot, mit dem Beratende auch in der Online-Beratung den Aufmerksamkeitsgrad der Kunden durch Interaktion und Erzeugung von Aha-Effekten hoch halten können“, so Bridge-COO Dr. Christian Bohner. Mit dem neuen Modul bekommt der Vertrieb nun ein Werkzeug geliefert, das ihm seine Arbeit deutlich erleichtern soll.