

Studie Internet-Marketing: Jeder zweite Versicherungskunde trifft Kaufentscheidung online

SEO ist für Versicherungen, Finanzvertriebe und Makler längst wichtiger Wettbewerbsfaktor

Finanzvertrieb 2.0: Heutzutage entscheiden vor allem die Suchmaschinen darüber, welche Dienstleister und Produkthanbieter online im Vorteil sind. Professionelle Suchmaschinenoptimierung lässt Finanzvertriebe und Makler von aktuellen Marktentwicklungen profitieren.

Verbraucher treffen ihre Kaufentscheidung auch bei Finanzprodukten zunehmend im Internet. Diesen Trend belegt zum Beispiel eine aktuelle Studie von Roy Morgan Research für den australischen Versicherungsmarkt. Wie die Marktforscher bei einer Befragung von rund 50.000 Teilnehmern ermittelten, halten mittlerweile 49,6 Prozent der Versicherten das Netz für das nützlichste Medium, um individuelle Versicherungslösungen zu recherchieren und Produkte zu vergleichen – ein Plus von 1,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Für immer mehr Versicherungsnehmer – und keineswegs nur für besonders internetaffine Kundengruppen – wird die selbständige Recherche zu Versicherungen und Finanzdienstleistungen zu einem fast schon selbstverständlichen Teil der Internetnutzung.

Wie sollen Versicherungsgesellschaften, aber auch freie Finanzberater und Makler auf diese Trends und den sich verschärfenden Wettbewerb online reagieren? Essentiell für die erfolgreiche Kundenakquise online ist zunächst die Steigerung der Sichtbarkeit der eigenen Internetpräsenzen für bestehende und potentielle Versicherungskunden. Dies erfordert insbesondere Investitionen in Suchmaschinenoptimierung (SEO). Nur Produkthanbieter und Berater, die ihre umsatzrelevanten Suchbegriffe identifizieren und ihre Internetseiten für entsprechende Suchanfragen in Google auffindbar gemacht haben, nutzen ihre Chancen im digitalen Wettbewerb wirklich effektiv. Prominente Platzierungen in den Top-10-Positionen der führenden Suchmaschine zahlen sich – entsprechendes Suchvolumen vorausgesetzt – nach aller Erfahrung in deutlich steigenden Leads und Online-Direktabschlüssen aus. Zugleich aber muss der eigene Internetauftritt unterschiedliche ausschlaggebende Kundengruppen inhaltlich und konzeptionell gleichermaßen überzeugen – und nach wenigen Klicks Vertrauen in die eigene Beratungskompetenz schaffen.

Der OnlineMarketingBerater berät und betreut zahlreiche Finanzdienstleister und Finanzberatungsgesellschaften in den Bereichen digitales Marketing, SEO und Internet-PR. Informationen über aktuelle Referenzprojekte sowie eine kostenlose Erstberatung mit Suchbegriffsanalyse können telefonisch oder online angefordert werden.

Weitere aktuelle News aus dem digitalen Marketing: <http://www.online-marketing-berater.com>

Der OnlineMarketingBerater

Mit einem bundesweiten Expertennetzwerk entwickelt *Der OnlineMarketingBerater* für Kunden aus verschiedenen Branchen individualisierte Lösungskonzepte zur Umsatz- und Imagesteigerung im Internet. Das Leistungsportfolio umfasst mit den Bereichen Suchmaschinenoptimierung (SEO), Google AdWords (SEA), Social Media Marketing (SMM), Internet Public Relations (IPR), und Online Reputation Management (ORM) alle wesentlichen Disziplinen, die heute im Online Marketing und damit in der digitalen Geschäftswelt erfolgsentscheidend sind.

Der OnlineMarketingBerater betreibt Niederlassungen in Würzburg, Frankfurt am Main und Stuttgart.

Der OnlineMarketingBerater
Peter Zahn

Mozart-Center
Berliner Platz 12
97080 Würzburg

Tel.: +49 (0) 931 - 260 27500
Fax: +49 (0) 931 - 260 2750-29

E-Mail: presse@online-marketing-berater.com
Internet: <http://www.online-marketing-berater.com>