

„Der moderne Versicherungsmakler beschäftigt sich mit SEO“

Interview mit Alexander Hacker

Inhaber der Honoro Finanz- und Versicherungsmakler UG (haftungsbeschränkt) und SEO-Spezialist

Die Bedeutung von Suchmaschinenoptimierung (SEO) für Versicherungsmakler steigt. Alexander Hacker kennt die Kniffe und nutzt SEO nicht mehr nur für sein Büro, sondern gibt dazu auch regelmäßig Seminare in Ortenberg (www.maklerseo.de). Im Austausch mit AssCompact nennt er einige wichtige Punkte.

Herr Hacker, vorneweg ein paar allgemeine Worte zur SEO. Welche Ausmaße und welche Bedeutung nimmt diese denn mittlerweile ein?

SEO ist eine bewusste Entscheidung eines Versicherungsmaklers, einen weiteren Kanal zur zusätzlichen Kundengewinnung zu bedienen. Die potenziellen Kunden im Internet sind da und SEO kann sie zu ihm führen. Aber das geht nicht mit einem Fingerschnippen, weil man ein

„SEO ist eine bewusste Entscheidung eines Versicherungsmaklers, einen weiteren Kanal zur zusätzlichen Kundengewinnung zu bedienen. Die potenziellen Kunden im Internet sind da.“

Augenmerk auf die Probleme und Bedürfnisse der möglichen Internetkunden legen sollte. Der „moderne und aufgeschlossene“ Versicherungsmakler beschäftigt sich

mit SEO. Aus welchem Grund hätte er sonst eine Website? Nehmen wir das Beispiel eines Kollegen, der SEO mit seiner Website in seiner mittelgroßen Stadt umgesetzt hat. Er hat im Durchschnitt ca. 80 neue Interessenten im Jahr, die ihn über Google finden und zu ihm kommen. Das ist meiner Meinung nach eine enorme Zahl. Und jetzt gehen wir mal nach München, Berlin etc. und potenzieren das Ganze. „MaklerSEO“ ergibt für jeden Makler Sinn, der seinen Kundenstamm erweitern will.

Je mehr Firmen ihre Websites optimieren, desto größer wird auf diesem Feld aber auch der Wettbewerb. Wird damit SEO zu einem Dauerthema, um überhaupt mit Mitbewerbern und vor allem den Suchmaschinen-Algorithmen mitzukommen?

Sehr guter Einwurf. Das ist auch etwas, was ich meinen Seminarteilnehmern sehr deutlich sage. Im Moment ist der Wettbewerb um die potenziellen Internetkunden

„SEO ist eine Dienstleistung, von der Google und Vermittlerkunden oder -interessenten profitieren.“

Wer das begreift, wird die richtigen Schritte unternehmen. Und diese Schritte kann jeder Versicherungsmakler gehen.“

Die meisten Versicherungsmakler, die erst nach dem MaklerSEO-Seminar ihren Fokus auf dieses Thema gelegt haben, haben sich innerhalb von ein paar Wochen mit ihrer Position bei Google

verbessert. Einer der Seminarteilnehmer hat sich sogar von Position 11 für die Suchanfrage „Versicherungsmakler (seine Stadt)“ auf Position 1 verbessert. Jetzt ist der Zeitpunkt, für diese Versicherungsmakler valide Daten einzuholen, was diese Verbesserung ihnen letztendlich gebracht hat. Das bedeutet festzuhalten, wie viele Leute sich wegen der Website per Telefon, Mail oder Formular gemeldet haben? In der Zukunft bedeutet ein zunehmender Wettbewerb um diese Internetkunden höhere Investitionskosten. Und eines nie vergessen: Egal, was du tust, es gibt keine Garantie. Mit dem richtigen Vorgehen erhöht der Versicherungsmakler aber die Wahrscheinlichkeit seines Erfolges.

Für Vermittlerbüros ist dies alles eine Herausforderung. Wie schätzen Sie den Einsatz und den Aufwand rund um SEO in Vermittlerbüros ein?

SEO ist eine Dienstleistung, von der Google und Vermittlerkunden oder -interessenten profitieren. Wer das begreift, wird die richtigen Schritte unternehmen. Und diese Schritte kann jeder Versicherungsmakler gehen. Es ist kein Hexenwerk. Es müssen nur ein Prozess und die nötige Struktur entwickelt werden. Dies ist von vielen Versicherungsmaklern noch nicht konkret ausgearbeitet worden. Das ist das Ziel der MaklerSEO-Seminare. Selbstverständlich stehe ich jedem, der weitere Hilfe benötigt, nach dem Seminar als Ansprechpartner noch zur Verfügung.

Können Sie uns die wichtigsten Punkte nennen, die Vermittler bei der inhaltlichen Optimierung ihrer Website beachten sollten?

Auf jeden Fall sollte der Versicherungsmakler vorab über den Inhalt nachdenken, über seine Website und die Zielgruppe. Fokus, Relevanz und Qualität sind drei wesentliche Merkmale, die einen guten Inhalt von einem schlechten Inhalt unterscheiden. Neben dem Inhalt dürfen auch die grundsätzlichen Interaktionsmöglichkeiten für den Interessenten auf der Website nicht vergessen werden. Bei der Benutzerführung auf der Website werden mit die meisten Fehler gemacht. Für mich gilt die Regel: Je einfacher ein Problem gelöst wird, desto besser.

Hilft es denn, sich auf bestimmte Kundengruppen und Angebote bzw. Sparten zu spezialisieren?

Wir müssen unterscheiden: SEO für Google ist ein Push-Kanal. Das bedeutet, sie können lokal nur das abholen, was auch da ist. Es sind Interessenten im Internet da, die die Dienstleistung des Versicherungsmaklers in ihrer Stadt suchen. Sollten diese Anfragen momentan nicht bei einem Versicherungsmakler ankommen, dann landen sie bei einem Mitbewerber, der sich besser bei Google positioniert hat. Die Ansprache bestimmter spezifischer Kundengruppen ist ein anderer Prozess als bei lokalen potenziellen Interessenten aus dem Internet. Hier ist ein Prozess zu implementieren, der wesentlich aufwendiger ist.

Wie machen Sie dies selbst für Ihr Unternehmen bzw. Ihre Websites?

Natürlich befinde ich mich im Thema. Ich versuche selbst das umzusetzen, was ich den Seminarteilnehmern nahelege. Wenn ich einen Inhalt für meine Website erstelle, dann halte ich mich an die Grundpfeiler einer guten Information: Fokus, Relevanz und Qualität. Und ganz wichtig: Interaktionspunkte für den Interessenten auf der Website nicht vergessen.

Was muss der SEO eigentlich folgen, um dann auch tatsächlich langfristig Aufmerksamkeit bzw. mehr Kunden zu bekommen und im besten Fall mehr Umsatz zu generieren?

SEO ist ja ein Werkzeug, damit der Inhalt einer Website von Google eine Relevanz zu einer bestimmten Suchanfrage, zum

Beispiel „Versicherungsmakler und Stadt“, zugewiesen bekommt. Das Schwierige in diesem Bereich ist die Schnittstelle zwischen der erforderlichen Optimierungsstruktur und dem Versicherungsbereich. Wenn man die aber verstanden hat, dann sollte der Erfolg in greifbarer Nähe sein. Aber Achtung: Wir sprechen hier von einem begrenzten Kanal. „Tschakka“ und jeder kann Kunden online mit SEO generieren, das funktioniert hier nicht. Auch hier gibt es Gewinner und Verlierer unter den Versicherungsmaklern. Aus diesem Grund wird auch allen Seminarteilnehmern, die in Ortenberg waren, jedes Jahr ein Fortbildungsseminar angeboten. Die MaklerSEO-Gemeinschaft soll mit Änderungen Schritt halten können. Langfristig bedeutet ein stärkerer Wettbewerb mehr Investitionskosten, aber gleichzeitig auch eine erhöhte Chance der Kundengewinnung im Internet.



Alexander Hacker

Können Sie noch ein paar Worte zur technischen Seite bzw. zu den technischen Notwendigkeiten einer Website sagen?

Im Vordergrund steht natürlich die Informationsqualität. Guter und relevanter Inhalt wird von Google bevorzugt behandelt. Das schätze ich so an Google. Google macht keinen Unterschied, ob die Website selbst mit einem Baukasten online gestellt wird oder ob ein professioneller Webdesigner dies macht. In der Außenwirkung, beim Nutzer, kann es dann natürlich einen Unterschied machen. Versicherungsmakler sollten bei der Technik darauf achten, dass die Website auch auf einem Handy bedienbar ist und eine schnelle Ladegeschwindigkeit hat. Natürlich gibt es noch mehr Stellschrauben. Diese im Detail auszuführen, würde aber jetzt zu weit führen.

Wohin geht es in Zukunft? Welche Themen rund um SEO bzw. Websites sollten Vermittler auf dem Schirm haben?

Ich sehe kurzfristig und mittelfristig keine große Änderung im Suchverhalten der Menschen im Internet. Voice Search ist ein beliebtes Thema für die Zukunft, aber als Ersatz für die Suchanfrage auf Google ist sie momentan nicht ernst zu nehmen. Der Versicherungsmakler sollte die Dinge anpacken und umsetzen, die ich hier schon genannt habe und neben einem guten Inhalt auf einer Website auch ein gut befülltes Google Business Konto besitzen. Wichtig sind die Ladegeschwindigkeit und die Darstellung auf dem Smartphone. Auch das ist Inhalt der MaklerSEO-Seminare. Ich freue mich auf die Zukunft und die Versicherungsmakler, die ich in Ortenberg erstmals oder erneut begrüßen darf. ■

„Im Vordergrund steht natürlich die Informationsqualität. Guter und relevanter Inhalt wird von Google bevorzugt behandelt. Google macht keinen Unterschied, ob die Website mit einem Baukasten online gestellt wird oder ob ein Webdesigner dies macht.“