



Verkaufshilfen und Online-Seminare

Ergebnisse einer Maklerbefragung

September 2011

Agenda / 1

1. Untersuchungsdesign

Stichprobe und Interviews insgesamt	7
Stichprobenstruktur	8

2. Nutzung von Verkaufshilfen

Insgesamt genutzte Verkaufshilfen (für sich selbst oder beim Kunden)	10
Für den Makler selbst	11
In der Kundenberatung	12
Die wichtigsten Verkaufshilfen	13
Anteil der Kundenberatungen mit Verkaufsunterlagen von Unternehmen	14
Anteil der Kundenberatungen mit eigenen Verkaufsunterlagen	15
Elektronische Verkaufshilfen vs. gedruckte Unterlagen in der Beratung	16
Nutzung moderner Technologien in der Kundenansprache	17
Einfluss der Aufmachung von Verkaufshilfen auf den Verkauf	18

Agenda / 2

3. Eigenschaften von Verkaufshilfen

Wodurch sich gute Verkaufshilfen auszeichnen: Übersicht	20
Wodurch sich gute Verkaufshilfen auszeichnen: Aufbreitung und Gestaltung	21
Wodurch sich gute Verkaufshilfen auszeichnen: Inhalte und Themen	23
Wodurch sich gute Verkaufshilfen auszeichnen: Das sagen die Makler	24
Verbesserungspotenzial	25
Verbesserungspotenzial: Was die Makler sagen	26

4. Verkaufshilfen und das Thema Internet

Nutzung von Downloadmöglichkeiten bei Verkaufshilfen	28
Nutzung von Online-Bestellcentern für Verkaufsunterlagen	29
Nutzung von Online-Verkaufshilfen	30
Grundsätzliches Interesse an Audio-Podcast	31
Grundsätzliches Interesse an Video-Podcast	32
Audio-Podcast vs. Video-Podcast	33
Einfluss des Internets auf die Produktwahrnehmung des Maklers	34

Agenda / 3

5. Online-Seminare: Bekanntheit, Nutzung und Interesse

Bekanntheit von Online-Seminaren	36
Häufigkeit der Teilnahme an Online-Seminaren	37
Grundsätzliches Interesse an Online-Seminaren	38

6. Formale Anforderungen an Online-Seminare

Gewünschte Dauer	40
Gewünschte Wochentage	41
Gewünschte Tageszeit	42
Idealer Referent bei Online-Seminaren	43
Live-Bild des Referenten	44

7. Themen für Online-Seminare

Interessante Themen und Produkte für Online-Seminare: Übersicht	46
Interessante Themen und Produkte für Online-Seminare: Produkte und Tarife	47
Interessante Themen und Produkte für Online-Seminare: Was die Makler sagen	48

Agenda / 4

8. Interaktion bei Online-Seminaren

Aktiver vs. passiver Anruf bei Online-Seminaren	50
Interesse an interaktiver Mitarbeit bei Online-Seminaren	51
Beurteilung der Auskünfte in der Fragerunde am Ende der Online-Seminare	52

9. Aufgezeichnete Online-Seminare

Bekanntheit aufgezeichneter Online-Seminare	54
Häufigkeit der Teilnahme an aufgezeichneten Online-Seminaren	55
Grundsätzliches Interesse an aufgezeichneten Online-Seminaren	56
Live vs. aufgezeichnetes Online-Seminar - Präferenz	57
Begründung für die Präferenz von Live-Seminaren	58

10. Top Unternehmen bei Verkaufshilfen und Online-Seminaren

Top Unternehmen bei Verkaufshilfen generell	60
Top Unternehmen bei Online-Seminaren	61

Preis

1.690,00 € + MWst.