

Lassen Sie sich beurteilen!

31.07.2011 | Kategorie: Berater von: Oranus Mahmoodi



Bewertungsportale erfreuen sich großer Beliebtheit. Für die Generierung von Leads sind solche Plattformen vorteilhaft, solange sich der Berater auch einem Negativurteil stellt. proontra blickt auf die Angebote.

Als „angenehmer und sympathischer Mensch, welcher mit Kompetenz und professioneller Vorgehensweise arbeitet“ wird Michael Lentz bei Ormigo beschrieben. Lentz ist Finanzmakler bei der Consilium Finanzmanagement in Köln, und die positive Bewertung hat er von Peter M. bekommen, einem ehemaligen Kunden. Ormigo ist ein Bewertungsportal für Dienstleister von A bis Z. Neben Finanzdienstleistern finden Interessierte auch Fachärzte für Brustvergrößerungen und Bauchdeckenstraffung. Ähnlich ist es bei Winlocal.de, wobei dieser Anbieter sein Angebot noch weiter fächert. „WinLocal hilft lokalen Dienstleistern, wie Finanzberatern, über Empfehlungsmarketing, Google AdWords und Google Places messbar mehr Kunden zu gewinnen. Mit über 5.000 Kunden ist WinLocal eine der größten Online-Agenturen für lokale Dienstleister in Deutschland“, beschreibt Geschäftsführer John Goddard sein Unternehmen.

WhoFinance, Censum.de und Finanzen.de sind etwas anders. Hier finden Kunden ausschließlich Finanzdienstleister und Berater für Banken oder Versicherungen. Lentz hat sich auch bei WhoFinance angemeldet. „Ich kann mein Marketing voranbringen“, erklärt der Finanzprofi. Sobald sich ein Kunde für ihn interessiert, bekommt jener die Kontaktdaten zugeleitet. Die Generierung von Leads auf Bewertungsportalen ist für Lentz ein willkommener Nebeneffekt. Vorreiter auf dem deutschen Markt ist seit 2004 Finanzen.de. Das Bewertungsportal hat die größte Medienresonanz. „Wenn Kunden etwa in der FAZ Finanzen.de finden, ist die Chance größer, dort seriöse Kunden zu finden“, sagt Lentz. Nicht selten bekommt der Berater Spaßanfragen. „Unsere Idee ist, die Beraterqualität sicherzustellen – es gibt so viele schlechte Vertriebsmitarbeiter, dem wollen wir entgegenwirken“, sagt Daniel Hoffmann, einer der zwei Geschäftsführer bei Finanzen.de. Das Portal ist nur auf den Versicherungs- und Finanzmarkt gemünzt. „Unser Kerngeschäft ist die Vermittlung von Kundenanfragen zu unabhängigen Beratern“, sagt Hoffmann. Der Berater kauft quasi die Kundenanfragen. Die Kunden zahlen an Finanzen.de keine Gebühr. Nach einer Beratung kann der Kunde den Dienstleister bewerten. „Wir machen eine Sichtprüfung aller Kommentare, um Fehlgriffe in den Bewertungen zu vermeiden. Wir geben die Bewertungen auch frei, wenn sie negativ sind“, erklärt Hoffmann. Eine negative Bewertung kann nur durch den Kunden wieder revidiert werden.

Übers Portal zum Neukunden. Zwei Jahre nach dem Markteinstieg von Finanzen.de – das vor der Umfirmierung noch Transparent.de hieß – ging WhoFinance.de online. „Bei zwei Beratern bekommt der Kunde zwei völlig unterschiedliche Beratungsgespräche“, erklärt WhoFinance-Geschäftsführer Mustafa Behan seinen Antrieb zur Gründung der Plattform. „Eigentlich müsste man den einzelnen Berater prüfen und nicht ganze Institutionen, wie die Deutsche Bank.“ Der Kunde solle jeden Berater bewerten können, selbst wenn dieser das nicht möchte. Einige Berater möchten nur das Portal zur Neukundengenerierung nutzen und scheuen die Bewertungen. Obwohl WhoFinance prüft, ob die Kommentare auch sauber sind: Sobald sich kein Werbetext oder eine Beleidigung im Kommentar finde, komme die Bewertung auf die Plattform. „Diese Qualitätsprüfung gibt es kaum auf dem Markt“, behauptet Behan – wobei mindestens Finanzen.de auch eine solche Prüfung vollzieht. Was WhoFinance unabhängig machen soll: Das Unternehmen schaltet keine Werbung auf der Internetseite – was aber kein Alleinstellungsmerkmal der Seite darstellt. Weder Ormigo, Finanzen.de, Censum.de noch Winlocal.de haben Werbung auf ihrer Seite. In der Regel zahlen Berater keine Grundgebühr und werden nur dann zur Kasse gebeten, wenn ein neuer Kontakt generiert wird.

Die Portale werden insgesamt immer bedeutungsvoller für Finanzdienstleister, denn die Kunden suchen immer mehr online nach den richtigen Finanzratgebern. „Es gibt Studien, wo es heißt, dass 60 Prozent der Finanzabschlüsse durch eine Online-Suche der Kunden getätigt werden“, sagt Behan. Thomas Klien, Berater bei „Ihr Fachmakler“, nutzt Whofinance.de und Finanzen.de. Er hat sich zunächst angemeldet und das Ganze dann schleifen lassen. „Zu Anfang kam nichts – doch mit der Zeit kommen immer mehr interessante Kontakte über die Plattformen“, sagt er. Selbst wenn die Kunden sich nicht auf den Portalen anmelden, sie können dennoch den Finanzmakler finden. „Ich frage alle Kunden, wie sie auf mich gekommen sind. Die klassische Antwort ist: Ich habe Sie im Internet gefunden“, berichtet Klien.