

# WIE VIRTUELLE INTERESSENTEN ZU ECHTEN KUNDEN WERDEN

Je mehr Anleger sich online informieren, desto wichtiger werden Websites als Visitenkarten. Wie Vermögensverwalter dabei soziale Netzwerke und Werkzeuge wie XING, Wikifolio, und Google Analytics verwenden sollten, erklärt SUSANNE SCHÖNEFUß.

Internet, E-Mail, Tablet, Smartphone & Co. gehören zu unserem täglichen Leben. Gehen wir also davon aus, dass es bei unseren Kunden und Neukunden genauso ist. Schon jetzt nutzt die Mehrheit der Bankkunden das Internet für Finanzgeschäfte.

Auch die Älteren, die zur Hauptzielgruppe unabhängiger Vermögensverwalter zählen, gehen zunehmend online. Während junge Leute im Alter von 14 bis 49 Jahren nahezu alle das Internet nutzen, so sind es bei den 50- bis 69-Jährigen immerhin bereits 82%. Bei den über 70-Jährigen sind es laut ARD/ZDF-Onlinestudie 2016 schon 45% – Tendenz steigend.

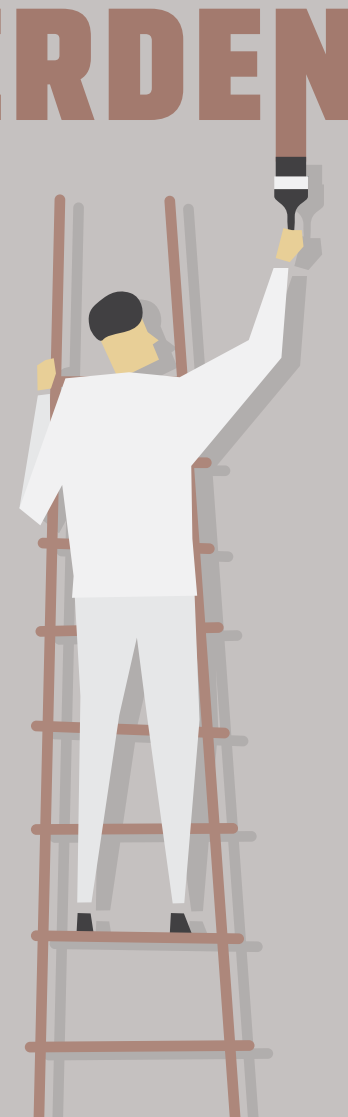
## POTENTIELLE KUNDEN ONLINE ERREICHEN

Um im Wettbewerb bei neuen Kunden zu punkten, müssen Vermögensverwalter mit ihrer Website auf dem

aktuellen technologischen Stand sein. Ihre Homepage sollte „responsiv“ sein, das heißt, dass die Darstellung der Seite auf allen Endgeräten gleichermaßen funktioniert – egal ob am PC mit großem Bildschirm, am Notebook, am Tablet oder auch am Smartphone mit viel kleinerem Bildschirm. Inhaltlich sollte die Seite ihre Benutzer mit Service und Effizienz überzeugen. Eine professionelle Darstellung des Unternehmens im Internet ist heute ein Muss.

Der Interessent sollte mit wenigen Blicken erkennen, wofür die Vermögensverwaltung steht, wie ihre Leistungsversprechen aussehen und wie sie sich von anderen Wettbewerbern unterscheidet. Der Inhalt, also Texte, Videos und Internetbotschaften, muss präzise auf die eigenen Zielgruppen zugeschnitten sein.

Inhalte mit Mehrwert wecken die Neugierde und sorgen für Nachfrage. Sie machen virtuelle Interessenten zu



echten Kunden. Eine gute Website sorgt nicht nur dafür, dass Unternehmen und Fonds über die Suchmaschinen besser gefunden werden. Sie führt auch zu regelmäßig wiederkehrenden Besuchern, die sich auf der Seite umsehen und informieren möchten.

### ONLINE-PLATTFORMEN WIE WIKIFOLIO NUTZEN

Der erste Eindruck zählt. Mit einem einladenden Design, das zum Unternehmen passt und die Positionierung unterstreicht, punkten Vermögensverwalter bei Kunden, die sich gerne online informieren. Eine klare, schnell erfassbare Übersicht des Angebots ermöglicht es Interessenten, sich unkompliziert ein erstes Bild von der Vermögensverwaltung zu machen.

Mit der Anbindung der Homepage an webbasierte soziale Netzwerke wie XING, LinkedIn oder Facebook über einfach zu bedienende Buttons können die Leser die Texte mit einem Klick weiterempfehlen. Das Teilen der Inhalte in sozialen Netzwerken sorgt für weitere Interessenten und damit für mögliche Neukunden. Eine gute Vernetzung wird außerdem von den Suchmaschinen mit verbesserten Suchergebnissen belohnt.

Aber auch auf die Inhalte kommt es an, wenn man sein Ranking bei Google und anderen Suchmaschinen verbessern möchte. Stellt man beispielsweise regelmäßig Inhalte mit regionalem Bezug ein, erkennen moderne Suchmaschinen, wenn die Seiten von lokalen Interessenten besucht werden und honorieren diese örtliche Vernetzung mit verbesserten Suchergebnissen.

Eine gute Möglichkeit für Vermögensverwalter, das eigene Können zu zeigen und einen weiteren Vertriebsweg zu eröffnen, bieten Online-Plattformen wie beispielsweise Wikifolio. Dort können Vermögensverwalter ihre Handelsstrategien veröffentlichen. Interessierte Anleger haben die Möglichkeit, ihnen online zu folgen

und sich darüber zu informieren, wie der Vermögensverwalter investiert. Überzeugt das Wikifolio, kann es als Zertifikat gezeichnet werden.

### REGIONAL POSITIONIEREN

Immer mehr Menschen nutzen das Internet als Informationsquelle. So auch, um sich zum Thema Finanzanlagen zu informieren. In den vergangenen zwölf Monaten wurden über 600.000 Suchanfragen zu „Vermögensverwaltung“, „Fonds“ und „Geldanlage“ in Google getätigt. Ein guter Grund also für Vermögensverwalter, ihre Website aufzufrischen und auch Online-Marketing zur Neukundengewinnung einzusetzen.

Durch eine suchmaschinenoptimierte Programmierung sowie relevante Inhalte werden Vermögensverwalter leichter im Internet gefunden. Außerdem können sie mit bezahlten Anzeigen beispielsweise bei Google AdWords Sucher auf ihre Website leiten. Die Bezahlung erfolgt per Klick. Das Budget für die Google-Anzeigen kann vorab auf Tagesbasis festgelegt werden. Angenommen, der Cost-per-Click beträgt durchschnittlich 0,10 Euro und es sollen etwa 100 Klicks pro Tag erzielt werden, so kann ein Budget von 10 Euro pro Tag festgelegt werden. Die Kosten sind also streng regulierbar und abschätzbar.

Eine kostenfreie Möglichkeit, Kunden zu akquirieren und die Suchergebnisse zu verbessern, bieten Onlinebranchenbücher wie das kostenfreie „Google My Business“. Mit diesem Dienst zeigt Google das eigene Unternehmen bei den obersten Ergebnistreffern einer regionalen Suchanfrage an, so dass man leichter von lokalen Interessenten gefunden wird. Immer wenn nach einem Dienstleister oder Produkt gesucht wird, hebt Google drei regionale Anbieter auf einer Landkarte mit einer roten Kartenmarkierung und den Buchstaben A-C, die die Entfernung anzeigen, hervor.

In Google My Business kann man online Unternehmensinformationen aktualisieren und Interessenten über Google Maps den direkten Weg zum Unternehmen zeigen. Kunden werden über Servicezeiten, das Beratungsspektrum sowie die Ansprechpartner im Unternehmen informiert.

### PROFESSIONELLE MUND-ZU-MUND-PROPAGANDA

Der Wirkungsgrad der eigenen Digitalmarketingaktivitäten lässt sich über Tools wie beispielsweise Google Analytics messen. Die Auswertung des Nutzerverhaltens der Homepage-Besucher zeigt genau an, ob die Online-Marketing-Maßnahmen auch den gewünschten Erfolg bei der Erreichung der Unternehmens- und Vertriebsziele bringen, oder ob man die Website nachjustieren muss.

Wie kaum eine andere Branche basiert der Erfolg von Vermögensverwaltern auf Solidität und Vertrauen. Ihre guten Leistungen sprechen für sich. Und sie sprechen sich herum. In Zeiten der Digitalisierung muss die Mund-zu-Mund-Propaganda allerdings auch professionell über die neuen Kommunikationskanäle gesteuert werden. Die Chancen, über das Internet neue Kunden zu gewinnen, sind groß. Denn über das Internet sind Vermögensverwalter rund um die Uhr für Interessenten und Kunden erreichbar: 24 Stunden am Tag – sieben Tage die Woche.

### SUSANNE SCHÖNEFUß

Susanne Schönefuß berät seit 2009 unabhängige Vermögensverwalter dabei, ihren öffentlichen Auftritt zu optimieren. Sie verfügt über mehr als 15 Jahre Expertise im Marketing und Vertrieb von Finanzdienstleistungen und Investmentfonds.

Weitere Informationen unter:

[www.susanne-schoenefuss.de](http://www.susanne-schoenefuss.de)

