

1 proVision facebookt und twittert

Natürlich ist auch die proVision-Redaktion bei Facebook und Twitter präsent. Topaktuell erfahren Sie dort Neuigkeiten aus der Versicherungsbranche. Aber hier posten wir auch Tipps, Tricks und Kniffs zu den Sozialen Netzwerken, zu Themen aus dem Bereich der Prozess- und der Suchmaschinenoptimierung. Die proVision-Facebook-Seite bildet die Plattform für Makler mit Zukunft. Hier soll kommentiert, gesprochen und sich ausgetauscht werden. Auf der Plattform der „proVisionäre“ und unserem Twitter-Account sind wir natürlich auch sehr gespannt auf die Posts und Anregungen seitens der Leser, Followers und Fans. Also posten Sie los:

www.facebook.com/pages/ProVision/148761508512023

www.twitter.com/#!/provision_mag



2 Ein Teenie erklärt die Welt



Philipp Riederle hat einen Wikipedia-Eintrag. Dies wäre an sich nicht so ungewöhnlich. Doch Philipp zählt erst 16 Jahre. Der Gymnasiast ist Podcaster, Referent, Unternehmer und Moderator. Philipp gründete im April 2008 seinen Podcast: „Mein iPhone und ich“. In seinem Podcast berichtet der Teenie von seinen Erfahrungen mit dem iPhone und stellt Drittanbieterprogramme für dieses Gerät vor. Die Internetprojekte von Philipp erreichen nach eigenen Angaben mittlerweile eine Million Downloads jährlich. Philipp hat zudem ein weiteres Podcastprojekt und ein Social-Media-Unternehmen. Zudem tingelt er als Referent durchs Land und erklärt seinen Zuschauern als „Digital Native“ das Mediennutzungsverhalten seiner Gleichaltrigen. Als „Digital Natives“ (digitale Eingeborene) bezeichnet man Menschen, die zu einer Zeit aufgewachsen sind, in der digitale Technologien wie Computer, Internet, Handys und so weiter verfügbar und selbstverständlich waren.

3 Kennst du einen?

Immer mehr Versicherungsmakler und Finanzberater entdecken die Internetplattform www.kennstdueinen.de für ihr Neukundengeschäft. Kennstdueinen.de hilft lokalen Dienstleistern, mit den Empfehlungen zufriedener Kunden im Internet messbar mehr Neukunden zu gewinnen. Die Plattform berichtet tagesaktuell, wie viele Interessenten den Dienstleister kontaktieren. „75 Prozent der Kunden vertrauen bei der Suche nach einem Finanzberater in ihrer Nähe hauptsächlich auf die Empfehlungen anderer. Bisher kam der entsprechende Tipp aus der direkten Nachbarschaft. Inzwischen suchen potenzielle Kunden vor allem im Internet nach einem Berater, dem sie vertrauen können. Der lokal ansässige Finanzberater muss also auch im Netz von sich überzeugen“, erklärt John Goddard, Gründer und Geschäftsführer von Kennstdueinen.de. Es geht bei der Plattform nicht um Pressemitteilungen, Visits oder Klicks, sondern um Kontakte. Jeder angemeldete Makler kann die Anzahl der gewonnenen Kontakte, Aufrufe und Google-Positionen einsehen. Die suchmaschinenoptimierte Darstellung der Einträge bei Kennstdueinen.de lässt die Maklerprofile oben in den Google-Suchergebnissen anzeigen. Außerdem sorgt die Plattform für Google-AdWords-Anzeigen und eine Darstellung bei den lokalen Google-Suchergebnissen.

