



FOCUS-SPEZIAL „Versicherungen“

Am 29. Mai erscheint zum ersten Mal FOCUS-SPEZIAL mit Deutschlands großer Versicherungsmaklerliste 2018. Die FOCUS Line Extensions GmbH ermittelt in Kooperation mit der Statista GmbH die Top-Versicherungen aus 42 Versicherungsprodukten sowie die Top-Versicherungsmakler unterteilt in 12 Regionen Deutschlands.

FAQs

Was steht hinter der Auszeichnung „Top-Versicherungsmakler 2018“?

Mit den Top-Versicherungsmaklern wurden in zwölf Regionen Deutschlands die empfehlenswertesten Versicherungsmaklerunternehmen ausgezeichnet. Die Ergebnisse basieren auf einer von Statista durchgeführten Expertenbefragung von rund 8.000 Versicherungsmaklern, einer umfangreichen Online-Befragung von etwa 11.500 Versicherungskunden sowie einer Analyse von Bewertungen auf Online-Portalen.

War die Teilnahme an der Erhebung kostenlos bzw. ist die Auszeichnung käuflich zu erwerben?

Die Teilnahme an der Umfrage war selbstverständlich kostenlos, ebenso die Nennung in FOCUS-SPEZIAL. Unabhängig davon haben die ausgezeichneten Unternehmen die Möglichkeit, auf eigenen Wunsch entgeltlich die Nutzungsrechte für das FOCUS-Gütesiegel zu erwerben.

Darf ich die Auszeichnung auch ohne Erwerb des FOCUS-Siegels zu Marketingzwecken nutzen?

Selbstverständlich dürfen Sie öffentlich über die Auszeichnung als Top-Versicherungsmakler sprechen und schreiben. Gerne können Sie auch auf das Methodik-Chart, welches auf der FOCUS-SPEZIAL-Website zu finden ist (<http://www.burdanews.de/focus-spezial>), verlinken.

Was passiert, wenn ich als ausgezeichnetes Unternehmen nicht zahle? Werde ich dann überhaupt als Gewinner kenntlich gemacht?

Die Nennung in der Veröffentlichung ist natürlich vollständig unabhängig von einem etwaigen späteren Siegelkauf. Somit gibt es keine Unterscheidung zwischen einem Käufer und einem Nicht-Käufer in der Veröffentlichung.

Welche Vorteile haben Unternehmen durch den Erwerb der Lizenzrechte des FOCUS-Gütesiegels?

Mit Erwerb der Lizenzrechte des FOCUS-Gütesiegels kann dieses in die komplette interne und externe Kommunikation (on- wie offline) des Unternehmens eingesetzt werden (z. B. in der E-Mail-Signatur, auf der Homepage, in den Geschäftspapieren, auf Flyern etc.). Das Unternehmen profitiert von der Bekanntheit des FOCUS-Gütesiegels und differenziert sich damit klar von den Mitbewerbern.