VersicherungsJournal.de

Nachricht aus Vertrieb & Marketing vom 30.6.2015

Vertriebsunterstützung rückt Kundenansprache in den Fokus

Laut einer Studie der AMC Finanzmarkt GmbH wollen viele Versicherer ihre Vertriebspartner künftig mehr und mehr mit unterstützenden Kampagnen-, Zielgruppen-Research- und Social-Media-Maßnahmen zur Seite stehen. Andere verstärken aber weiterhin ihre Hilfestellung, wenn es um das Erstellen von Angeboten geht sowie darum, die Verarbeitung von Anträgen effizienter zu gestalten.

Bisher liegt der Schwerpunkt der Unterstützungs-Maßnahmen für den Vertrieb noch weitgehend bei der Beratung des Kunden. Das schließt die AMC Finanzmarkt GmbH (http://www.amc-forum.de/) aus einer gemeinsam mit der Auctor Actor Advisor GmbH (http://www.3-a-3.de/) durchgeführten Umfrage bei 21 Marketingexperten von Versicherungs-Unternehmen.

Eine hohe Unterstützungsfrequenz werde Maklern und Mehrfachagenten daher bisher vorrangig durch den Einsatz von Beratungssoftware, die Bereitstellung von Vermittler-Homepages sowie lokales Marketing angeboten. Dies insbesondere mit dem Ziel, die Effizienz beim Erstellen von Angeboten sowie der Erzeugung und Verarbeitung von Anträgen zu erhöhen.

Mehr Wissen über die Funktionsweise von Facebook für Vermittler

Künftig solle die Unterstützung jedoch stärker hin zu „vorbereitenden vertrieblichen Maßnahmen zur differenzierteren Auswahl und Ansprache der Kunden“ verlagert werden, glauben die beiden Beratungsunternehmen weiter herausgefunden zu haben. Geplant sei, „dem Vertrieb vor allem durch Kampagnen-, Zielgruppen-Research- und Social Media-Unterstützungen noch stärker unter die Arme zu greifen“.

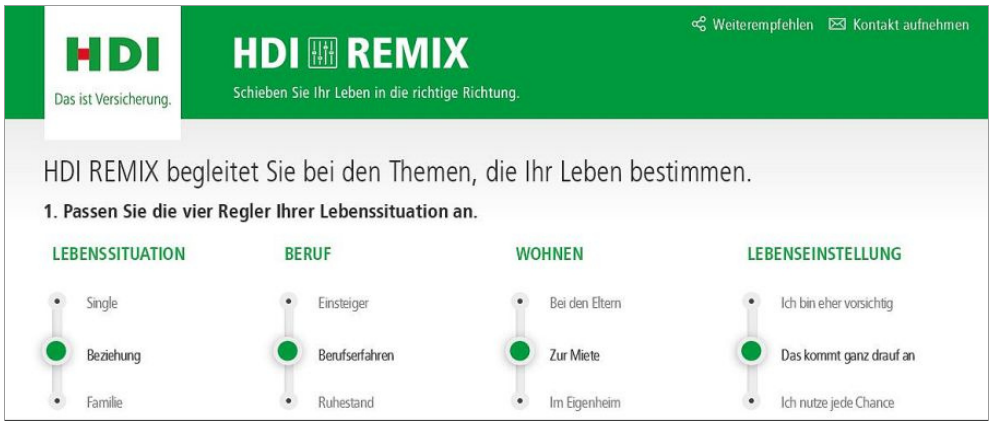
Beispielsweise durch mehr Wissen, wenn es um die Funktionsweise von Facebook und das rechtssichere und dem Corporate Design entsprechende Posten von Nachrichten zur optimalen Zeit sowie mit optimalem Wording und Bild-Text-Verhältnis geht. Hierbei bietet – unter anderem – die 3m5.Media GmbH (http://www.3m5.de/) seit zwei Jahren ihre Hilfe an.

Auch die W&W-Gruppe nutzt jetzt die Software „Professocial“

Insgesamt nutzten inzwischen über 6.000 Vertreter „von zehn namhaften Versicherungs-Gesellschaften“ die von ihm entwickelte Software „Professocial (http://www.professocial.de/)“, lässt dieses Unternehmen jetzt wissen. Damit sei es zum Marktführer in diesem speziellen Bereich avanciert.

Als jüngster Kunde habe die W&W-Gruppe (http://www.ww.de/) gewonnen werden können. Bis zum Jahresende solle die Zahl der Anwender auf 10.000 gesteigert werden.

Facebook sei für Versicherungen in den vergangenen Jahren nicht nur bei der Betreuung bereits bestehender Kundenverbindungen immer wichtiger geworden, wird auf eine Studie der Universität St. Gallen (http://www.unisg.ch/) aus dem Jahr 2013 verwiesen. Danach schließen Vertreter inzwischen pro Quartal durchschnittlich schon 7,6 neue Verträge mit Hilfe von Facebook ab.



Zum Vergrößern Bild klicken (Bild: Screenshot HDI))

Ein neues Tool für Kunden wie Vermittler von HDI

Als Unterstützung auch für den Einstieg in Kundengespräche dient die HDI Versicherung AG (http://www.hdi.de/) den Vertriebspartnern ihre neue Web-Anwendung „HDI Remix“ an. Die zielt eigentlich auf Endkunden und soll denen durch die Bündelung von Informationen und Tipps die Internetrecherche im Versicherungsbereich erleichtern.

Dem Berater biete diese Offerte jedoch zugleich die Chance, den Kunden über versicherungsrelevante Themen und Absicherungsbedürfnisse aus unterschiedlichen Anlässen zu informieren. Dazu würden über einen Schieberegler die für sie jeweils zutreffenden Lebenssituationen ausgewählt sowie zusätzlich die Berufs- und Wohnsituation und die Lebenseinstellung abgefragt.

Geeignet für unterschiedlichste Lebenslagen

Daraus generiere der Online-Ratgeber dann eine Auswahl relevanter Themen in Form von Videos, Umzugstipps, Entscheidungshilfen für einen möglichen Jobwechsel oder den Weg in die Selbstständigkeit und vieles mehr, wird mitgeteilt.

Derzeit würden zwölf verschiedene Themenbereiche von „Ausbildung“ bis „Karriere“ und von „Heirat“ über „Kinder“ bis „Wohnen“ angeboten und durch sieben Rechner ergänzt, die Zukunftspläne wie „Sparen fürs Alter“, Kaufen oder Mieten“ oder „Sparen für den Urlaub“ durch konkrete Zahlen veranschaulichten. Zu finden sei das Informationstool unter http://www.hdi.de/remix (http://www.hdi.de/remix).

Fonds Finanz baut den „Beratungsnavigator“ aus

Eher um den mittlerweile schon „klassischen“ Bereich der Vertriebsunterstützung-Maßnahmen geht es bei den Angeboten der Münchner Verein Versicherungsgruppe (http://www.muenchener-verein.de/), der HDI Lebensversicherung AG (http://www.hdi.de/), der Financial Planners Group GbR (http://www.avp-professional.de/) und des Maklerpools Fonds Finanz Maklerservice GmbH (http://www.fondsfinanz.de/). Letzterer berichtet über eine neue Generation seines „Beratungsnavigators“.

Dieses gemeinsam mit der Softfair GmbH (http://www.softfair.de/) für Makler entwickelte und kostenfreie Tool habe gegenüber anderen Vergleichsrechnern den Vorteil, dass damit zum einen bestehende Verträge des Kunden in den Vergleich einbezogen werden könnten und zum anderen eine Beratung über alle Sparten hinweg möglich sei. Bislang waren dabei jedoch nur Tarife der Hanse Merkur Versicherungsgruppe (http://www.hansemerkur.de/) hinterlegt.

Ab Mitte Juli würden nun weitere Gesellschaften folgen, wird angekündigt. Sicher sei bisher die Einbindung der Versicherer Allianz (http://www.allianzdeutschland.de/), Axa (http://www.axa.de/) und die Bayerische (http://www.diebayerische.de/).

HDI Lebensversicherung rüstet ebenfalls auf

Um eine Erweiterung geht es auch bei der HDI Lebensversicherung AG. Sie bietet ihren Vertriebspartnern eigenen Angaben zufolge als eine von nur zwei Gesellschaften mit sowohl „EQuot“ der Morgen & Morgen GmbH (http://www.morgenundmorgen.com/) wie „vers.diagnose“ der Franke und Bornberg GmbH (http://www.franke-bornberg.de/) ab sofort Risikoprüfungen und -einschätzungen in Echtzeit an.

Durch diese Services könnten die Vertriebspartner ihren Kunden noch während des Beratungsgesprächs eine belastbare Auskunft über ihre Versicherbarkeit geben. In der Regel könne so sofort eine Annahmeentscheidung getroffen werden.

(Bild: B-tix)

Münchener Verein sorgt für eine einheitliche Lösung

Der Münchener Verein stellt seinen Vertriebspartnern nach eigenen Angaben jetzt als erster Versicherer eine einheitliche Lösung für alle gängigen PCs, Notebooks, Tablets und Smartphones zur Verfügung.

Damit könnten für sämtliche Krankenversicherungs-Produktlinien des Unternehmens Angebote berechnet, gespeichert und für die „Deutsche PrivatPflege, die Deutsche ZahnVersicherung und die Auslandsreise-Krankenversicherung […] auch online abgeschlossen werden".

Alle Daten für die Vermittler seien jederzeit ortsunabhängig verfügbar und bearbeitbar, da der „MV-Mobilrechner" auf dem Cloud-Betriebssystem der B-tix GmbH (http://www.b-tix.de/) basiere und im Browser ohne Installation laufe. Angebote könnten so beispielsweise auf dem Büro-PC vorbereitet und später beim Kunden per Smartphone oder Tablet weiter bearbeitet und final abgeschlossen werden.

Financial Planners Group verdoppelt die angebotenen Rechnungsmodule

Die Financial Planners Group schließlich hat ihre nach Angaben des Unternehmens 2013 eingeführten 23 „AVP finance tools" unter der Maxime „besser beraten" inzwischen um weitere 25 Rechnungsmodule ergänzt. Mit diesem Werkzeug könnten sich Berater nunmehr als Experten in den Bereichen „Arbeit und Leben", „Wohnen und Immobilien", „Geldanlage und Steuern" „Altersvorsorge und BAV" sowie „Absicherung" präsentieren.

Selbst komplexe Berechnungen wie die Auswirkungen der Abgeltungssteuer auf die Ausbildungsversicherung oder Vergleiche zwischen Wohnungskauf und Miete könnten damit schnell, präzise und verlässlich durchgeführten werden. Dies zudem „nachvollziehbar für den Kunden".

Reinhold Müller (r.mueller@versicherungsjournal.de)

Das VersicherungsJournal ist urheberrechtlich geschützt. Das bedeutet für Sie als Leserin bzw. Leser: Die Inhalte sind ausschließlich zu Ihrer persönlichen Information bestimmt. Für den kommerziellen Gebrauch müssen Sie bitte unsere ausdrückliche Genehmigung einholen. Unzulässig ist es, Inhalte ohne unsere Zustimmung gewerbsmäßig zu nutzen, zu verändern und zu veröffentlichen.

Kurz-URL: http://vjournal.de/-122745