VersicherungsJournal.de

Nachricht aus Vertrieb & Marketing vom 17.9.2015

Jetzt sollen auch die Makler selbst mehr „digitalisiert“ werden

Eine neue App des Maklerpools Blau direkt soll helfen, den Kontakt zwischen den Maklern und ihren Kunden trotz Digitalisierung so früh und emotional wie möglich von der reinen Technik auf die persönliche Ebene zu bringen und ein neuer „Homepagebaukasten“ der Netfonds den Internet-Auftritt optimieren. Die PMA Finanz- und Versicherungsmakler GmbH und Amexpool AG rüsten ihre Apps auf. Die „AVP financial tools“ der Financial Planners Group gibt es nun auch als White-Label-Version, und der Axa-Konzern bietet einen kostenlosen Ratgeber zur Sicherheit im Internet an.

Bislang zielten Versicherungs-Apps vor allem darauf ab, per Digitalisierung den Verwaltungsaufwand von Maklern zu reduzieren und die Angebotspräsentation zu optimieren, konstatiert die Blau Direkt GmbH & Co. KG (https://www.blaudirekt.de/). Künftig solle nun auch der Makler selbst mehr „digitalisiert“ werden, kündigt der Maklerpool an.

Damit soll jedoch – anders als eigentlich zu erwarten – keineswegs eine Lockerung der persönlichen Beziehung zwischen Kunden und Maklern einhergehen, sondern das genaue Gegenteil. Es gehe mit der derzeit noch in der Planung befindlichen App vielmehr darum, durch den Einsatz filmischer Mittel „Kunden auch in der digitalen Sphäre emotional an ihre Vermittler zu binden“, lässt der Maklerpool wissen.

Blau direkt „verfilmt“ derzeit Makler

Dazu würden derzeit auf einer Roadshow „Makler verfilmt und die Filme anschließend digital veredelt“. Gezielt eingesetzt würden zugleich die von den Maklern selbst produzierten Filme.

Mit diesen Werkzeugen erlaube es die App bei Neukunden „so früh und emotional wie möglich den Kontakt von der reinen Technik auf die persönliche Ebene zu bringen“. Bei Bestandskunden erkenne das System, sobald die App heruntergeladen werde, von sich aus, welchem Makler oder Mitarbeiter in einem Maklerunternehmen sie zuzuordnen seien und sende eine entsprechende Mitteilung dorthin.

Geburtstagsglückwünsche auf dem Kunden-Handy in neuer Form

Der Makler könne dann gezielt Kontakt aufnehmen und Neukunden persönlich begrüßen oder Bestandskunden „emotionale Botschaften“ senden, bei denen er „als digitale Variante seiner selbst auf dem Handy des Kunden erscheint“. So beispielsweise Gratulationen zu Geburtstagen oder Grüße zu Weihnachten und Ostern.

Ruft der Kunde die in die App integrierten Vergleichsrechner auf, so erhält er den Angaben zufolge zu jeder Sparte die Möglichkeit, sich in kurzen Einspielfilmen die wichtigsten Erklärungen zu den Produkten und deren Highlights geben zu lassen. Dazu arbeite Blau Direkt seit Mai 2015 mit vielen Versicherern zusammen, um deren jeweilige Produkte optimal darzustellen.

Für viele Versicherer sei diese Art der Kundenkommunikation momentan allerdings „noch Neuland“, heißt es in einer Pressemitteilung. Zwar werden keiner von ihnen „zum Mitmachen gezwungen“, aber nach und nach werde „unseren Versicherungspartner jedoch klar, dass der Umsatz schon sehr bald wegbricht, wenn die Produkte nicht am Point of Sale kommuniziert werden“.

Netfonds stellt neuen „Homepagebaukasten“ zur Verfügung

Mit einem neuen „Homepagebaukasten“ bietet auch die Netfonds AG (http://www.netfonds.de/) ihren angeschlossenen Partnern ab sofort ein weiteres Tool an, das beim Aufbau wie bei der laufenden Aktualisierung eines sowohl auf Bestands- wie Neukunden zielenden service- und marketingorientierten Internetauftritts unterstützen soll.

Das Design des Dienstleistungsangebots wurde den Angaben zufolge durch die hauseigenen Kommunikationsexperten für sämtliche Mobilgeräte optimiert. Die zur Verfügung stehenden umfangreichen Textbausteine seien durch Profitexter formuliert worden und „beschreiben somit als ideale Kundenansprache die Leistungen eines Maklers und wirken noch dazu sympathisch auf die Zielgruppe“.

Ein ständig aktualisiertes „News-System“ soll zusätzlichen Nutzen stiften

Einen besonderen Kundennutzen erhielten die Besucher der suchmaschinenoptimierten Makler-Webseite außerdem durch ein News-System, dessen Informationen und Nachrichten aus der Finanz- und Versicherungswelt kontinuierlich aktualisiert würden. Weiterhin seien die Einbindung zahlreicher Vergleichsrechner, die Implementierung von Informationsfilmen und eines Online-Beratungstools möglich.

Der Homepagebaukasten wird in zwei Varianten angeboten. Das normierte „Professionell-Paket“ gibt es für 34,51 Euro im Monat zuzüglich einer einmaligen Einrichtungsgebühr von 236,81 Euro, das „Permium Paket“, das zusätzlichen technischen Support biete sowie eine separate Einrichtung mit der Möglichkeit individueller Anpassungen an die Wünsche des Netfonds-Partners, für monatlich 46,41 Euro zuzüglich 593,81 Euro Einrichtungsgebühr (Preise jeweils brutto).

PMA rüstet Ausschreibungsplattform für gewerbliche Versicherungen auf

Eine Aufrüstung ihrer kostenlosen Ausschreibungsplattform für das gewerbliche Versicherungsgeschäft meldet die PMA Finanz- und Versicherungsmakler GmbH (http://www.pma.de/). Dank neuer Technik sei für ihre Partner eine breite Ausschreibung sowohl von einfachen wie komplexen Risiken nun ganz einfach möglich.

Der Vergleich der individuell ausgestalteten Angebote, die von den angefragten Versicherern in der Regel innerhalb von zwei bis drei Tagen erstellt würden, sei sehr umfassend und die komprimierten Formulierungen veranschaulichten den Umfang des Versicherungsschutzes. Die Offerten könnten auf Klausel-Ebene verglichen werden.

Den Maklern stünde damit ein umfassendes Angebotsdokument für ihre Kunden zur Verfügung und zugleich eine detaillierte Dokumentation für die eigenen Akten. Aktuell sind den Angaben zufolge „20 führende Produktpartner auf den Portal präsent und gewährleisten eine 100-prozentige Abdeckung des relevanten Marktes“.

Erstes Update für die Amexpool-App „SHU-Vergleich“ eingespielt

Für die App „SHU-Vergleich“, die der Maklerpool und Deckungskonzept-Makler Amexpool AG (http://www.amex-online.de/) vor einigen Monaten vorgestellt hat (VersicherungsJournal 4.5.2015 (http://www.versicherungsjournal.de/vertrieb-und-marketing/neue-vergleichsrechner-und-weitere-vertriebshilfen-in-komposit-122260.php)), wurde jetzt ein erstes Update eingespielt, wie das Unternehmen mitteilt. Alle Makler, die diese App auf ihrem mobilen Endgerät installiert haben, kämen damit automatisch in den Genuss einer deutlich verbesserten Performance und Stabilität.

Inzwischen habe bereits fast jeder fünfte der über 5.000 angeschlossenen Partner die App heruntergeladen, mit der bereits während der Risikoaufnahme die Daten des Kunden in den Vergleichsrechner eingegeben werden könnten und so sofort ein Ergebnis zur Verfügung stehe. Außerdem seien damit inzwischen „weit über 1.000 Berechnungen/ Anträge durchgeführt“ worden.

„AVP financial tools“ nun auch als White-Label-Version

Die Financial Planners Group GbR (http://www.avp-professional.de/) berichtet ebenfalls über eine rege Nachfrage nach ihren Ende Juli als App auf den Markt gebrachten 50 „AVP financial tools“ (VersicherungsJournal 4.8.2015 (http://www.versicherungsjournal.de/vertrieb-und-marketing/neue-software-tools-und-ein-spar-angebot-123064.php)). Die kostenlosen Beratungsrechner seien seither „bereits mehr als 1.000 Mal installiert worden“.

Zugleich wird mitgeteilt, dass sie ab sofort auch als White-Label-Version zur Verfügung stehen. Dies eröffne Vertrieben, Banken und Sparkassen, Versicherungs-Gesellschaften sowie Maklerbüros die Möglichkeit, das leistungsstarke Tool abgestimmt auf ihr Corporate Design zu verwenden.

Das Individualisierungs-Angebot umfasse alle Bereiche von der Farbgestaltung der Benutzeroberfläche über die Integration des Firmenlogos und die Anpassung der Typographie bis zur Gestaltung der Druckseiten nach kundeneigenen Vorgaben. Der Adaption seien „dank moderner Technologie und Flexibilität keine Grenzen gesetzt“.

Axa bietet kostenlosen Ratgeber zur Sicherheit im Internet an

Das Internet steht auch im Mittelpunkt einer neuen Offerte des Axa Konzern AG (http://www.axa.de/). In diesem Fall geht es jedoch darum, den Endverbrauchern eine Orientierungshilfe bei Fragen rund um die Sicherheit und der Privatsphäre in der digitalen Welt zu geben.

Für die Aufbereitung der Informations- und Ratgeberseite „Mein Leben Online“ (http://www.mein-leben-online.de/) hat sich die Axa laut einer Pressemitteilung WikiHow (http://de.wikihow.com/Hauptseite), der weltweit größten Open-Source-Ratgeberplattform, als Quelle für die Kerninhalte bedient. Zusätzlich prüften Experten des unabhängigen französischen Think Tank Fondation Internet Nouvelle Génération (http://www.fing.org/) (Fing) alle Inhalte vor der Veröffentlichung.

Der Ratgeber, der in die überarbeitete Axa-Ratgeberplattform „Born to protect“ eingebunden ist, liefert den Angaben zufolge „ein weites Spektrum an Hilfestellungen zu den

Themenbereichen Soziale Netzwerke, Mobile & Apps, Kinder schützen, Online-Shopping und Datensicherheit“.

Die Themenauswahl basiert nach Unternehmensangaben auf den in den vergangenen Monaten meistdiskutierten Fragen zur Sicherheit im Internet. Er ist kostenlos und steht ab sofort zur Verfügung.

Reinhold Müller (r.mueller@versicherungsjournal.de)