

Referenzprojekt Versicherungsheld

Januar 2020 – fortlaufend

Branche

Leadgenerierung für Makler

Im Januar 2020 entwickelte sich die PRODUCTIVE8 dahingehend, die erworbene Expertise rund um das Thema Leadgenerierung in der Versicherungsbranche auch unabhängigen Versicherungsmaklern anzubieten. Bis zu diesem Zeitpunkt wurden nur Versicherungsunternehmen direkt mit generierten Neukundendaten beliefert.

Ausgangslage

Für die Neukundenakquise sind Versicherungsmakler meist auf den Kauf von Kundendaten (Leads) über Leadlieferanten angewiesen. Eine Marktrecherche zeigte, dass Leads in diesem Bereich oft mindere Qualität aufweisen und kontaktierte Endkunden nicht wissen, warum und zu welchem Thema sie von einem Makler kontaktiert werden. Häufig wurden die persönlichen Daten über ein Online-Gewinnspiel im Internet generiert.

Weiter müssen Versicherungsmakler viel Zeit investieren, Interessenten überhaupt zu erreichen und die Beratung umzusetzen.

Herausforderungen:

- Mindere Qualität der Leads
- Nicht vorbereitete Interessenten
- Hoher Zeitaufwand für die Terminvereinbarung

Ziele Versicherungsheld

Im Zieldefinierungsprozess für Versicherungsheld standen für PRODUCTIVE8 zwei unterschiedliche Stakeholder im Fokus: auf der einen Seite die Versicherungsmakler und auf der anderen Seite die Endkunden. Oberstes Ziel war es, für beide Gruppen einen Mehrwert durch ein innovatives Angebot zu schaffen.

Endkunden sollten bereits vor dem Anruf des Versicherungsexperten darauf vorbereitet sein, dass sie wissen, warum und zu welchem Thema sie kontaktiert werden. Daher ist Transparenz mit dem Umgang der im Internet eingegebenen Daten ebenso wichtig, wie eine Sensibilisierung auf das Versicherungsthema und das bevorstehende Beratungsgespräch.

Ein wichtiges Ziel in der Produktplanung war es, dem Endkunden die Freiheit der Terminwahl zu geben. Nach dem Prinzip der „Kunde ist König“ sollten Endkunden den Zeitpunkt wählen können, wann und wie sie kontaktiert werden wollen. Der Versicherungsmakler sollte sich nach dem Terminkalender des Kunden richten, nicht umgekehrt.

Für Versicherungsmakler ist die Qualität der zugekauften Neukundendaten ausschlaggebend. Anstatt mit immensem Zeitaufwand viele Endkunden zu kontaktieren, sollten sie sich auf jene Endkunden konzentrieren können, die sich tatsächlich für eine Versicherung interessieren und ein

Beratungsgespräch zu einem bestimmten Thema angefragt und terminiert haben. Dieser Problemlöser bringt eine immense Erleichterung im Arbeitsablauf des Versicherungsmaklers.

Definierte Ziele:

- Qualitativ hochwertige Leads inklusive Termin für Versicherungsmakler
- Terminauswahl durch Endkunden
- Beratung für Endkunden über Telefon oder Videocall
- Auf das Versicherungsthema sensibilisierte Endkunden
- Höhere Erreichbarkeitsquote der Interessenten

Vorgehen

PRODUCTIVE8 entwickelte eine Marketingstrategie, in der das Interesse der Endkunden zu einem bestimmten Versicherungsthema sowie zu einem Termin für ein unverbindliches Beratungsgespräch geweckt wird und der Interessent für das Thema sensibilisiert wird.

Hierzu wurde eine Plattform entwickelt, auf der sich Endkunden über einen Konfigurator einen Wunschtermin für ein Beratungsgespräch sichern können. Diese Termine werden dann automatisch an die Partner-Versicherungsmakler verteilt.

Begleitet wird dieser Prozess durch einen E-Mail-Funnel. Durch transparente und seriöse Kommunikation soll Vertrauen gegenüber den Endkunden erzeugt werden.

Als Erinnerungsservice wurde zusätzlich eine SMS-Reminder-Funktion integriert, um die Erreichbarkeitsquote zu erhöhen.

Eingesetzte Werbekanäle

- Native Advertising
- Social Media Advertising
- Paid Search (SEA, Display)

Ergebnisse

Durch das aktive Wählen eines Wunschtermins des Endkunden konnte eine erhöhte Erreichbarkeit festgestellt werden (etwa 70 %). Der Hauptteil der Interessenten war zum gewählten Termin erreichbar und auf den Anruf gut vorbereitet.

Aufgrund des ausgefeilten Marketingkonzepts waren die Endkunden für das jeweilige Versicherungsthema sensibilisiert und auf das Beratungsgespräch vorbereitet. Der Zeitaufwand des „Nachtelefonierens“ konnte so minimiert werden. Die ersparte Zeit kann in die Beratung, aber auch auf das Cross Selling gelegt werden.

Ein großer Zusatznutzen von Versicherungsheld.de ist die ortsunabhängige Beratung, die durch einen Telefon- sowie Videotelefonanruf stattfinden kann. Eine langwierige Anreise zum Kundentermin wird dadurch erspart und Versicherungsmakler können somit Kunden auch in anderen Teilen Deutschlands betreuen.

Ergebnisse

- Erreichbarkeitsquote der Endkunden bei 70%
- Endkunden auf das Thema sensibilisiert und auf das Beratungsgespräch vorbereitet
- Deutschlandweite Vertriebschancen für Versicherungsmakler
- Mehr Zeit für Beratungsgespräche für Versicherungsmakler
- Digitale Beratung (ohne Vorort-Besuche)