

Sonderheft 11/2009

AMC

amc-forum.de

AMC Assekuranz Marketing Circle

MAGAZIN



Best Practice für die Assekuranz

Sonderheft zum
31. AMC-Meeting

Bildquelle: © Rainer Sturm / PIXELIO



Augsburg-Rosenheimer
VERSICHERUNGEN

0% SORGEN.
100% VERSICHERT.



Sprechen Sie
Tel.: 07121/40032-25
Ihr Markus Weiß

Versicherungsbüro Markus Weiß
Hauptstraße 19 | 72760 Reutlingen
Telefon 07121/40032-25 | E-Mail mweiss@ar



Passt Ihre lokale Werbung auch so gut zu Ihnen?

Erfolgreiche lokale Werbung ist keine Frage des Budgets oder der Kreativität. Vereinen Sie Ihre Markenkraft mit der Kompetenz Ihrer Vermittler vor Ort.
BrandMaker – die Marketing-Software für lokale Werbung.

www.brandmaker.com/kooperatives_marketing



Wie Ihre Vermittler die nationale Marke auch lokal zum Strahlen bringen

Mehr Kundennähe durch lokale Werbung

◆ von Mirko Holzer, CEO von BrandMaker

Mitte des 17. Jahrhunderts entstanden die ersten Versicherungsunternehmen. Von Konkurrenz konnte damals noch keine Rede sein. Im Laufe der Zeit hat sich dies natürlich grundlegend geändert. Heute gibt es allein in Deutschland über 600 Versicherungsunternehmen mit rund 470.000 hauptberuflich Beschäftigten. Angesichts des hohen Konkurrenzdrucks wird für Versicherungen die Nähe zu ihren Kunden immer mehr zu einem zentralen Erfolgskriterium. Diese Nähe lässt sich am besten über die Vermittler vor Ort herstellen – und über ihre lokale Werbung. Entscheidender Erfolgsfaktor dafür ist die Unterstützung durch Marketing-Software, mit der die Vermittler ihre lokalen Werbemaßnahmen komplett eigenständig und qualitätsgesichert durchführen können.

Die Basis für den Markterfolg jedes Versicherungsunternehmens sind seine Vermittler vor Ort. Sie sind diejenigen, die durch Beratungsgespräche und Vertragsabschlüsse die Beitragseinnahmen erzielen. Daran ändert auch die Tatsache nichts, dass die Kunden über das Internet mittlerweile eindeutig besser informiert sind als früher. Denn Versicherungen sind eine Vertrauensangelegenheit. Und um Vertrauen zu schaffen, muss der Vermittler bei seinen Kunden präsent sein. Die nötige Präsenz erlangt er durch regelmäßiges Marketing in Eigenregie vor Ort. Damit die lokale Werbung ihre Wirkung aber optimal entfalten kann, muss sie zum einen exakt auf den Vermittler und seine lokale Situation abgestimmt sein. Zum anderen muss sie die zentrale Markenkraft des Versicherungsunternehmens voll ausnutzen.

Diese beiden Bedingungen vereint BrandMaker mit seiner Lösung für kooperatives Marketing: Die Marketing-Software von BrandMaker verbindet zentrale Kampagnen mit lokalen Maßnahmen, in dem diese einfach per Mausclick individualisiert werden können. So werden nationale Kampagnen bis in die kleinste Region hinein verlängert. Mit BrandMaker stellen Versicherungen ihren Vermittlern sämtliche Werbemittel und Marketinginformationen als zentralen Werbemittelkatalog über das Internet zur Verfügung. So kann der Vermittler zentrale Maßnahmen unabhängig von lokalen Agenturen und Dienstleistern an die eigene Person und Region anpassen, die Aktionen eigenständig professionell realisieren und sein Geschäft so selbstständig als regionale Marke etablieren.

Die Marketing-Software von BrandMaker ist webbasiert und erfordert keine Installation von Zusatzprogrammen auf den Rechnern in der Zentrale sowie auf denen der Vermittler. Direkt nach Erhalt der Zugangsdaten können die Nutzer mit ihrer Arbeit beginnen – die intuitive Benutzeroberfläche erspart kosten- und zeitintensive Schulungen. Möchte ein Vermittler beispielsweise eine Anzeige lokal schalten, wählt er im Online-Werbemittelkatalog ein Anzeigenmotiv aus, das die Zentrale dort bereitgestellt hat. Die Anzeige kann er dann in den dafür vorgesehenen Bereichen selbst lokalisieren, etwa sein Foto, seine Adresse oder seine Anfahrtsskizze aufnehmen oder – je nach Freigabe durch die Unternehmenszentrale – sogar Bilder und Texte in der Anzeige austauschen. Hierzu wählt er aus dem vorgegebenen Pool ein geeignetes Bild aus und ersetzt das alte Bild einfach per Mausclick. Ist das Bild





mit bestimmten Texten oder Textpassagen verknüpft, wird automatisiert der richtige Inhalt in die Anzeige übertragen. Außerdem kann der Vermittler eine Anzeige um sogenannte Störer ergänzen, wenn er beispielsweise auf eine bestimmte Aktion wie einen Tag der offenen Tür aufmerksam machen möchte. Platzierung und Formatierung übernimmt in beiden Fällen BrandMaker – unter genauer Beachtung der Corporate Design-Vorgaben der Unternehmensmarke. Ist die Anzeige an die lokalen Gegebenheiten angepasst, generiert BrandMaker automatisch eine druckfertige Datei. Auch die Anzeigenschaltung kann der Vermittler selbst im System durchführen: Er wählt die gewünschte Publikation, den gewünschten Termin sowie die bevorzugte Platzierung und das System gibt Auskunft über Verfügbarkeit und Kosten. Mit einem Mausklick wird die Vermittler-Anzeige an den Verlag übermittelt und die Abwicklung, die Abrechnung und das Werbekosten-Zuschuss-Management laufen automatisch ab.

Neben einzelnen Werbemitteln können für die Vermittler auch Werbepakete zusammengestellt werden, die weit über den klassischen Mix lokaler Werbung aus Anzeigen oder Flyern hinausgehen und zum Beispiel auch Mailings, individualisierte Online-Banner, Hörfunk-Spots, Plakate oder Streuartikel beinhalten. Als begleitende Maßnahme zu seiner Anzeige kann der Vermittler beispielsweise Print-Mailings an seine Kunden schicken. Entweder ist das Anschreiben bereits vorgegeben oder der Vermittler gibt seinen persönlichen Text ein und BrandMaker übernimmt die Corporate Design-konforme Darstellung inklusive automatischer Übernahme der persönlichen Kontaktdaten. Zur Personalisierung kann der Vermittler die Adressdaten seiner Empfänger direkt in BrandMaker hochladen, aus einem bereits bestehenden Adressenbestand wählen oder neue Adressen, unter Angabe des Preises und des Werbekostenzuschusses, kaufen. Lästige Serienbriefe, die man in Textverarbeitungssoftware mühselig zusammenstellt, gehören so der Vergangenheit an. Zu seiner Werbemaßnahme kann der Vermittler auch Give-aways wie Kugelschreiber oder Schlüsselanhänger direkt über das System bestellen. Genauso ist beispielsweise auch die Bestellung von Geschäftsausstattung wie Briefpapier oder Visitenkarten möglich. Und fehlt dem Vermittler die Idee für eine lokale Maßnahme, so

kann er in BrandMaker das Ziel, das er verfolgt, einfach auswählen und BrandMaker schlägt ihm passende Materialien vor. Um die Übersicht über seine Werbemaßnahmen nicht zu verlieren, steht dem Vermittler sein eigener Werbe-Kalender zur Verfügung. Dort sind nicht nur seine Aktivitäten mit Hintergrundinformationen und Materialien hinterlegt – auch das zentrale Marketing nutzt diesen Kalender, um seine Vermittler über nationale Kampagnen zu informieren.

Der Vorteil von Marketing-Software liegt auf der Hand: mit BrandMaker setzen Vermittler lokale Werbung einfach und qualitätsgesichert eigenständig um. Sie generieren deutlich mehr Abschlüsse, da sie sich durch ihre lokale Marketingpower vom Wettbewerb abheben und die zentrale Markenkraft im eigenen Business optimal ausnutzen. Und für das Versicherungsunternehmen bedeutet das: mehr Markterfolg durch mehr lokale Abschlüsse und Beitragseinnahmen.

Vorteile von Marketing-Software für lokale Werbung

- Etablierung der eigenen, lokalen Marke
- Optimale Ausnutzung zentral geschaffener Materialien und Möglichkeiten
- Lokale Steigerung der Bekanntheit, Imageoptimierung, Anfrage- und Umsatzsteigerung
- Einfache und unkomplizierte Werbemittelerstellung und automatische Buchung und Platzierung
- Kompetenter Support und Beratung bei der Planung und Durchführung von Marketingaktionen

Kurzportrait BrandMaker

Die Marketing-Software BrandMaker unterstützt Vermittler bei der selbstständigen Planung und Umsetzung regionaler Werbemaßnahmen und hilft so, das eigene Geschäft als regionale Marke zu etablieren. Die BrandMaker GmbH ist der größte europäische Software-Spezialist im Bereich Marketing-Prozess-Optimierung und beschäftigt europaweit rund 145 Mitarbeiter.



Autor



Mirko Holzer
CEO
BrandMaker GmbH

holzer@brandmaker.com

Wie Versicherungsunternehmen durch Softwareinsatz einen Wettbewerbsvorteil für ihre Marke schaffen

Erfolgsfaktor Marke

◆ von Mirko Holzer, CEO von BrandMaker

Aktuelle Studien belegen: Trotz hoher Werbeaufwendungen attestieren Verbraucher den Versicherungsunternehmen eine geringe Unterscheidungskraft der Marken und eine unklare Positionierung. Angesichts des wachsenden Wettbewerbsdrucks sind eine starke Marke und eine effiziente Markenkommunikation für Versicherungen deshalb umso mehr zentraler Erfolgsfaktor, um sich vom Wettbewerb abzuheben. Marketing Resource Management-Software (MRM) liefert einen wichtigen Baustein für die erfolgreiche Markenführung in der Versicherungsbranche.

MRM-Software, häufig in Form eines Brand oder Marketing Management Portals eingesetzt, stellt die Aufgaben und Informationen rund um Marketing und Marke in den Mittelpunkt. Bei der Marketing-Software BrandMaker handelt es sich um eine Lösung, mit der Versicherungen nicht nur ihre Vermittler bei der lokalen Werbung vor Ort unterstützen (siehe Artikel Seite 8-9), sondern auch ihre zentralen Marketing- und Medienmanagementprozesse optimieren. So entsteht eine Marketingmanagement-Plattform, die Planung und Budgetierung, Projektmanagement und Reporting für die zentralen Marketing- und Vertriebsverantwortlichen optimiert und vereinfacht.

zifischer Dimensionen wie Produkte, Märkte, Zielgruppen oder Unternehmensbereich liefert die Software auf Knopfdruck sogar bedarfsspezifische Sichten auf die Planung. Dem Bereichsverantwortlichen zeigt BrandMaker so beispielsweise auf einen Blick die für ihn relevanten Aktionen.

Operative Prozessoptimierung in Medienproduktion und -verwaltung

Ein umfassendes Marketingmanagement-Tool unterstützt das zentrale Marketing einer Versicherung auch bei der Medienkreation: Produktionsprozesse im Marketing sind häufig von

Software für die zentrale Kampagnenplanung

Spezielle Software zur Unterstützung der Planungs- und Budgetprozesse ermöglicht es, die häufig eingesetzten Excel-Tabellen abzulösen und diese Prozesse auf einer gemeinsamen, webbasierten Basis durchzuführen. Der Marketing Planer von BrandMaker erlaubt beispielsweise die zentrale, rechte- und rollenbasierte Planung von Kampagnen, Aktivitäten und Budgets für alle Beteiligten: Marketingverantwortliche, Vertriebsmitarbeiter und externe Partner wie Agenturen und Freelancer greifen so immer auf aktuelle Daten zu und pflegen die Informationen der ihnen übertragenen Bereiche auf einer gemeinsamen Basis. Gleichzeitig entsteht automatisch eine Gesamtsicht über alle Maßnahmen für das Management: Langwierige Konsolidierungen von Bereichsdaten und mühsame Aktualisierungen in verschiedenen Datenquellen gehören so der Vergangenheit an. Durch das Hinterlegen versicherungsspe-



zeitaufwändigen und fehleranfälligen Review-, Feedback- oder Korrekturschleifen gekennzeichnet. Neu erstellte Medien liegen in einer Vielzahl von Versionen mit unterschiedlichen Änderungswünschen in den Postfächern verschiedener Beteiligter, und der Prozess verursacht viel administratives und operatives Klein-Klein. BrandMaker schafft hier Entlastung, indem administrative Prozesse standardisiert und automatisiert werden.

Das Modul Job Manager beispielsweise sorgt für reibungslose Abläufe in der Medienkreation: Eine digitale Job-Akte erfasst alle Details zur Aufgabe wie Briefing, Produktionsparameter, Timelines, Kosten und Verantwortliche. Hinterlegte Prozessvorlagen garantieren, dass jeder Job reibungslos die erforderlichen Schritte wie Reviews und Freigaben durchläuft. Ein integriertes Review-Tool ermöglicht darüber hinaus das webbasierte Kommentieren aller möglichen Dokumentformate, sodass Änderungswünsche sauber protokolliert werden und nachvollziehbar bleiben.

In einer Mediendatenbank wie dem BrandMaker Medien Pool sind Medienobjekte und -entwürfe jederzeit für alle berechtigten internen und externen Benutzer auffindbar. Eine Mediendatenbank ist aber nicht nur zentraler Ablageort für alle im Versicherungsunternehmen vorhandenen Bilder, Videos, Grafiken, Broschüren und Marketingmaterialien, sondern erfüllt Zusatzfunktionen, die den Marketingalltag spürbar vereinfachen, darunter die automatische Umwandlung von Bildern in benötigte Formate oder die Bildbearbeitung.

Der Rückkanal: Reports auf Knopfdruck

Eine MRM-Software ist jedoch nicht nur Datenpool und Arbeitswerkzeug, sondern auch Feedback-Kanal: Alle in der Plattform ausgeführten Aktionen werden für das Controlling erfasst. Die zentrale Marketingabteilung der Versicherung erhält so wertvolles Feedback darüber, was bei der Maßnahmenumsetzung passiert. So ist beispielsweise nachvollziehbar, welche Marketing-Materialien mit welcher Häufigkeit und welchem Erfolg verwendet wurden.

Das Controlling profitiert von Berichten, die per Mausklick abrufbar sind – ob über die zentrale Budgetverteilung oder die Effizienz einzelner Kampagnen. Der Aufwand bei der Datenaufbereitung wird reduziert, künftige Kampagnen und dementsprechend auch der Mitteleinsatz im Marketingbereich lassen sich auf Basis dezentraler Rückmeldungen optimieren, und das zentrale Marketing kann dem Bedarf der Vermittler deutlich besser entsprechen. Gleichzeitig sorgt die geschaffene Transparenz für ein einheitliches Markenverständnis und resultiert in einem klaren Außenauftritt.

Den Kreis schließen: Eine integrierte Plattform für zentrales und lokales Marketing

Bereits in den einzelnen Teildisziplinen – Planung, Produktion oder Medienverwaltung – schaffen Software-Module beträchtliche Arbeitserleichterung für die Marketingver-

antwortlichen. Ein echter Wettbewerbsvorteil entsteht für Versicherungsunternehmen aber dann, wenn die einzelnen Lösungen untereinander vernetzt sind und zusätzliche Komponenten bieten, die die lokale Werbung der Vermittler unterstützen. Denn dann profitiert das Versicherungsunternehmen von einem durchgängigen Marketingprozess. Das Ergebnis: gesteigerte Markenwirkung auf Basis durchgängig Corporate Design-konformer Kommunikation, Kostenersparnis durch schlanke Prozesse und deutlich kürzere Time-to-Market durch reibungslose Kommunikationsabläufe. Dadurch schaffen Versicherungsunternehmen mehr Freiraum und optimierten Mitteleinsatz – beides wesentliche Grundlagen, um sich als unverwechselbare Marke beim Verbraucher zu positionieren.

Vorteile von Marketing-Software für Versicherungsunternehmen

- Realisierung eines durchgängigen Marketing- und Medienmanagementprozesses
- Höhere Qualität in der Maßnahmenplanung und -umsetzung bei stringenter Markenkommunikation
- Transparenz über alle Aktivitäten und Budgets
- Optimierung des Mitteleinsatzes
- Höhere Prozesseffizienz, da Entlastung des Marketings durch Standardisierung und Automatisierung administrativer Prozesse

Kurzportrait BrandMaker

Die BrandMaker GmbH ist der größte europäische Software-Spezialist im Bereich Marketing-Prozess-Optimierung und beschäftigt europaweit rund 145 Mitarbeiter. Die gleichnamige Marketing-Software BrandMaker unterstützt Versicherungsunternehmen ganzheitlich bei ihrer erfolgreichen Markenführung und sorgt für eine stringente Markenkommunikation.



Autor



Mirko Holzer
CEO
BrandMaker GmbH

holzer@brandmaker.com

Mirko Holzer ist CEO der BrandMaker GmbH, Karlsruhe. Seit der Gründung von BrandMaker im Jahr 1999 beschäftigt er sich mit der Optimierung von Marketing-Prozessen mittels Softwareeinsatz.