

Sonderheft 05/2010

AMC

amc-forum.de

AMC Assekuranz Marketing Circle

MAGAZIN



Best Practice für die Assekuranz

**Sonderheft zum
32. AMC-Meeting**

Vertriebspower bis in die kleinste Region

Mikrokosmos Einzugsgebiet

◆ von Jörg von Kirschbaum, Director Marketing & Communications von BrandMaker

Versicherungsunternehmen erreichen ihre Zielgruppen durch nationale Kampagnen in Massenmedien wie TV, Zeitungen und Zeitschriften. Doch in den regionalen Einzugsgebieten der Vermittler haben solche Kampagnen oft weder Bezug zur Person des Vermittlers noch zu den lokalen Gegebenheiten. Aber gerade für das Business vor Ort ist die Identität des Vermittlers entscheidend, und die Personalisierung lokaler Werbemaßnahmen ist unerlässlich: Seine Person, seine Beratungstärke und seine Kontaktdaten sollten Bestandteil jedes Akquisemediums sein. Doch was ist, wenn der Vermittler kein Werbespezialist ist und nicht ständig Geld für einen Dienstleister aufbringen möchte? Die Lösung: eine spezialisierte Software für regionales Marketing.

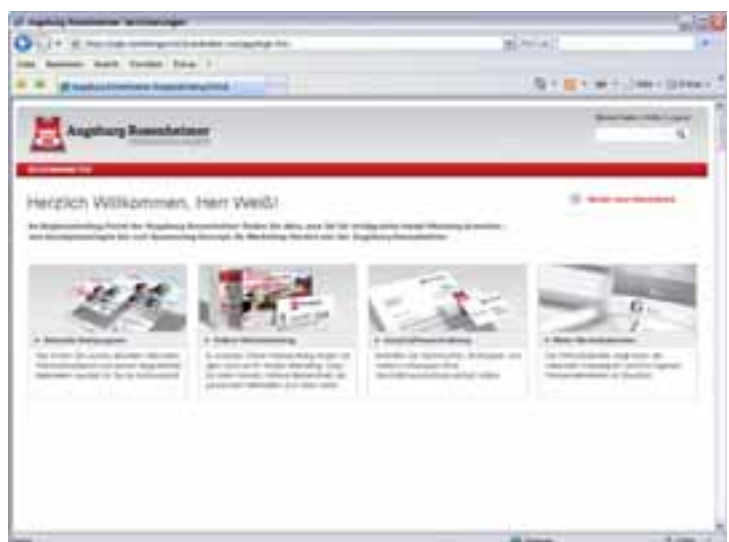
Automatisierung durch Software ist aus dem heutigen Geschäftsalltag nicht mehr wegzudenken. Doch wenn es um die Anpassung von ausgeklügelten nationalen Kampagnen an lokale Märkte und die Zielgruppen des Vermittlers geht, ist Handarbeit noch die Regel. Schon bei der Anpassung der Werbeträger auf die Person des Vermittlers ist das Ergebnis oft nicht CI-konform und verwässert die nationale Kampagne. Mit moderner Technologie geht es auch anders: Spezielle Marketing-Software gibt dem Vermittler ein Werkzeug an die Hand, mit dem er bei minimalem Aufwand selbst professionelles regionales Marketing betreiben kann. Von der Empfehlung und Auswahl geeigneter Maßnahmen über markengerecht individualisierte Werbemittel wie Anzeigen, Postwurfsendungen, Kinospots oder Werbegeschenke bis hin zu personalisierten Vertriebsunterlagen und Geschäftsausstattung – mit Marketing-Software bleibt mehr Zeit für das Verkaufen. Vermittler erschließen so neue lokale Zielgruppen, binden bestehende Kunden und erzielen nachhaltig Beitragseinnahmen für das Versicherungsunternehmen. Dabei nutzen sie die zentrale Markenkraft voll aus und verstärken sie durch die markengerechte Umsetzung ihrer Werbeträger.

Nationale Kampagnen lokal umsetzen

Die Marketing-Software BrandMaker verzahnt zentrale Kampagnen mit lokalen Maßnahmen. Da BrandMaker webbasiert und intuitiv bedienbar ist, können Vermittler direkt nach Erhalt der Zugangsdaten auf sämtliche Werbemittel und Marketinginformationen zugreifen, die Versicherungsunternehmen in Ergänzung zu nationalen Kampagnen anbieten. Vermittler passen so eigenständig und ohne Dienstleister die für sie bereitgestellten Werbemittel – einzeln oder zu Werbemittelpaketen gebündelt – an ihre Person und Region an und treten unmittelbar anschließend in Aktion. Möchte ein Vermittler beispielsweise eine Anzeige lo-

kal schalten, wählt er im Online-Werbemittelkatalog ein Anzeigenmotiv aus. Die Anzeige kann er dann in den dafür vorgesehenen Bereichen selbst individualisieren, etwa automatisch sein Foto, seine Adresse oder seine Anfahrtsskizze aufnehmen oder – je nach Freigabe – sogar Bilder und Texte in der Anzeige per Mausklick austauschen. Ist das Bild mit bestimmten Texten verknüpft, wird automatisch der richtige Inhalt in die Anzeige übertragen. Wenn das Versicherungsunternehmen es zulässt, kann ein Vermittler eine Anzeige auch um Störer ergänzen. 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 durchführen: Er wählt die gewünschte Publikation, den gewünschten Termin und die bevorzugte Platzierung, und BrandMaker gibt Auskunft über Verfügbarkeit und Kosten. Mit einem Mausklick wird die Anzeige an den Verlag übermittelt und Abwicklung,





Abrechnung und Werbekostenzuschuss-Management laufen im Hintergrund ab. Als begleitende Maßnahme zu seiner Anzeige kann der Vermittler auch Print-Mailings an seine Kunden schicken. Entweder ist das Anschreiben bereits vorgegeben oder der Vermittler gibt seinen persönlichen Text in die Corporate Design-konforme Vorlage ein. Zur Personalisierung kann er die Adressdaten seiner Empfänger direkt in BrandMaker hochladen, aus einem bereits bestehenden Adressenbestand wählen oder neue Adressen, unter Angabe des Preises und des Werbekostenzuschusses, zukaufen. Lästige Serienbriefe, die man in einer Textverarbeitungssoftware mühselig zusammensetzt, gehören der Vergangenheit an. Zu seiner Werbemaßnahme kann der Vermittler auch Give-aways wie Kugelschreiber oder Schlüsselanhänger direkt über BrandMaker bestellen. Genauso ist beispielsweise auch die Bestellung von Geschäftsausstattung wie Briefpapier oder Visitenkarten möglich.

Eigene, lokale Werbeinitiativen

Auch außerhalb nationaler Kampagnen haben Vermittler mit BrandMaker vielfältige Möglichkeiten für regionales Branding. In der Lösung finden sie passende Materialien nach vielfältigen Kriterien wie Produkten, Zielgruppen oder Anlässen sortiert und können so selbst aktiv werden. Und fehlt einem Vermittler die zündende Idee für eine lokale Maßnahme, so kann er in BrandMaker das Ziel, das er verfolgt, einfach auswählen, und die Software schlägt ihm passende Werbemaßnahmen zur Zielerreichung vor – egal, ob es darum geht, den Bekanntheitsgrad zu erhöhen oder die Anzahl der Beratungsgespräche zu steigern. Um die Übersicht über seine Werbemaßnahmen nicht zu verlieren, steht dem Vermittler ein Werbekalender zur Verfügung. Dort sind neben seinen eigenen Aktivitäten mit Hintergrundinformationen und Materialien auch Informationen zu zentralen Kampagnen hinterlegt. So ist es möglich, sowohl national als auch regional als integrierte Marke aufzutreten.

Fakt ist: Mit einer Marketing-Software wie BrandMaker bleibt professionelles Marketing nicht auf den Makrokosmos beschränkt. Denn durch die Software sind die Vermittler vor Ort in der Lage, auch in ihrem regionalen Mikrokosmos Kampagnen auf höchstem Niveau erfolgreich umzusetzen.

Vorteile von Marketing-Software für lokale Werbung

- Vermittler können sich unabhängig vom zentralen Marketing im lokalen Wettbewerb behaupten oder ergänzend zu nationalen Kampagnen den Wettbewerbsdruck durch geeignete regionale Maßnahmen erhöhen.
- Vorbereitete Materialien lassen sich ohne Qualitätseinbußen von den Vermittlern anpassen. Zielgenaue Maßnahmen ermöglichen ihnen dabei wirksame regionale Aktionen selbst bei begrenzten Budgets.
- Zielgruppengerechte, lokale Ansprache mit persönlicher Note schafft Nähe. Selbst Big-Player werden so für lokale Zielgruppen greifbar.
- Kürzere Time-to-Market durch einfachen und schnellen Kampagnen-Rollout von der Zentrale an die lokalen Vermittler.

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 150 Mitarbeiter.



Autor



Jörg von Kirschbaum
Director Marketing & Communications
BrandMaker GmbH

joerg.von-kirschbaum@
brandmaker.com

Als Berater von Marketingorganisationen verfügt Jörg von Kirschbaum über langjährige Erfahrung bei der Optimierung von komplexen Marketing-prozessen. Er verantwortet seit März 2010 das Marketing von BrandMaker, dem führenden europäischen Anbieter von Marketing-Automations-Software.

Virtuelle Mediaagentur von BrandMaker ermöglicht automatisierte Mediabuchung

Regionale Zielgruppen treffsicher ansprechen

◆ von Mirko Holzer, CEO von BrandMaker

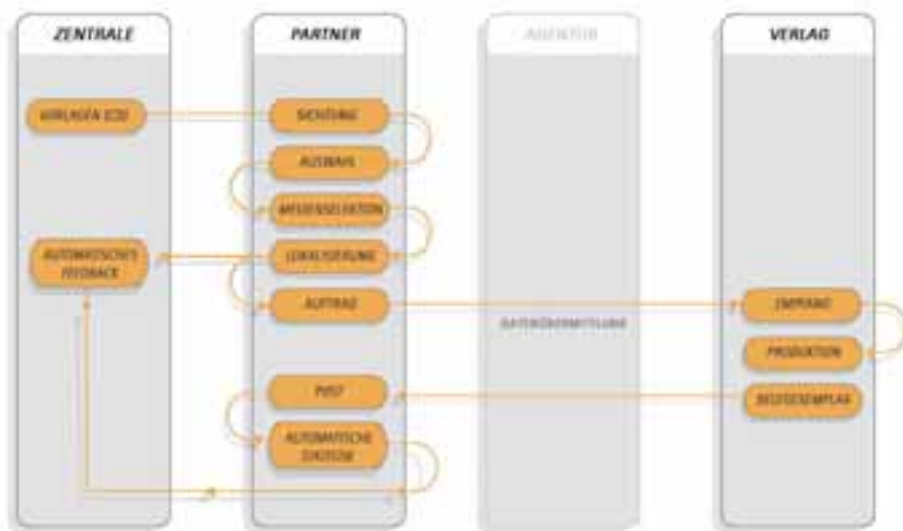
Effiziente Mediakampagnen erfüllen fünf „R's“: Richtige Botschaft, richtige Zielgruppe, richtige Kanäle, richtige Zeit und richtige Qualität. Besonders in der regionalen Ansprache über Vermittler ist das eine große Herausforderung. Denn was beim Mediaplaner in der Versicherungszentrale zum Tagesgeschäft gehört, ist für den Vermittler nicht selbstverständlich. Software kann hier Abhilfe schaffen: Mit der Virtuellen Mediaagentur von BrandMaker können Vermittler Mediabuchungen ohne Vorkenntnisse absolut treffsicher durchführen.

Mediaplaner wissen, dass für wirksame Werbeschaltungen eine sorgfältige Mediaplanung inklusive Mediaforschung notwendig ist. Die Mediaplanung bestimmt nicht nur die Zielgruppen, die Werbemittel und die Werbeträger, sondern hält auch fest, wann und mit welcher Frequenz geworben werden soll und welches Budget zur Verfügung steht. Doch was beim Mediaplaner in der Zentrale einer Versicherung zum Tagesgeschäft gehört, ist für den lokalen Vermittler keine Selbstverständlichkeit. Oft fehlt es ihm an Know-how, Erfahrung und Zeit, um Werbeschaltungen richtig zu kanalisieren. Hier ist adäquate Softwareunterstützung gefragt. Die „Virtuelle Mediaagentur“ von BrandMaker versetzt Vermittler in die Lage, ohne jegliches Vorwissen bezüglich Mediadaten und Ansprechpartnern und unter voller Kontrolle von Kosten, Deadlines und Qualität Werbeflächen oder Werbezeiten zielführend zu buchen – egal, ob es um Printanzeigen, Online-Banner, Außenwerbung oder Radio- und Kinospots geht.

Um Nutzen und Einsparpotenziale von Softwareunterstützung bei der Mediaplanung zu verdeutlichen, wird im Folgenden der klassische Buchungsprozess einer Anzeige inklusive aller vorangegangenen Schritte dem softwaregestützten Ablauf per Virtueller Mediaagentur gegenübergestellt. Im Beispiel gibt die Versicherung ein zentrales Anzeigenmotiv an ihre Vermittler zur Lokalisierung und regionalen Schaltung. Lokalisierung und Buchung erfolgen im ersten Fall ohne Softwareeinsatz, im zweiten Fall mit Hilfe der Virtuellen Mediaagentur inklusive eines Web-to-Print-Systems zur CI-konformen Erstellung von individualisierten Printwerbemitteln.

Anzeigenbuchung ohne Softwareunterstützung?

Bevor eine Anzeige regional gebucht werden kann, muss die Zentrale Anzeigenvorlagen entwickeln und ihren Vermittlern zur Sichtung und Auswahl zukommen lassen. Diese müssen gegebenenfalls schon hier ihre lokale Agentur einschalten, da sie die Vorlagen im DTP-Format nicht öffnen können. Ist ein Anzeigenmotiv ausgewählt, kann der Buchungsprozess beginnen. Ohne Virtuelle Mediaagentur muss sich der Vermittler zunächst die Mediadaten der relevanten Zeitschriften beschaffen, um auf dieser Basis ihre Eignung beurteilen zu können. Nach der Entscheidung für ein Medium erkundigt sich der Vermittler dann beim Verlag nach freien Anzeigenplätzen und spricht mögliche Platzierungswünsche ab. Im Idealfall kann der Verlag direkt im Anschluss ein Angebot für die Buchung abgeben, die dann beauftragt wird, oder der Vermittler reicht seine Beauftragung formlos ein. Der Verlag übermittelt daraufhin die Auftragsbestätigung inklusive Hinweise zu Lieferzeiten und Datenbeschaffenheit der Druckdaten. Nach Buchung und Auftragsbestätigung setzt sich der Vermittler mit seiner lokalen Agentur in Verbindung, die die ausgewählte Anzeige nach seinen Vorgaben lokalisiert. Nach mehreren Rücksprachen und Prüfungsschleifen ist die lokale Anzeige schließlich finalisiert und die Druckdaten können an den Verlag übermittelt werden. Nach Erscheinen der Anzeige erhält der Vermittler neben der Rechnung auch ein Belegexemplar der Zeitschrift zur Kontrolle. Die Versicherungszentrale hingegen erhält keine Rückmeldung – sie weiß weder, welches Motiv in welcher Zeitschrift verwendet wurde, noch ob die Anzeige in ihrem finalen Zustand CI-konform war und die Zielgruppe ordnungsgemäß angesprochen wurde.



Stark vereinfachte Buchungprozesse

Anzeigenbuchung mit Virtueller Mediaagentur von BrandMaker

Setzt eine Versicherung samt ihren Vermittlern auf die softwaregestützte Abwicklung von Anzeigenbuchungen per Virtuelle Mediaagentur, verkürzt sie die Durchlaufzeit von der Anzeigenvorlage bis zur Schaltung der adaptierten Anzeige erheblich. Im ersten Schritt stellt die Zentrale die Anzeigenvorlagen in das System ein und legt regelbasiert fest, welche Bereiche von den Vermittlern angepasst werden dürfen. Gleichzeitig sind die Medieninformationen zu Werbeträgern aller Art wie Formate, Verfügbarkeiten, Buchungsfristen, Kosten und Ansprechpartner in der Virtuellen Mediaagentur hinterlegt und werden durch direkte Schnittstellen aktualisiert. Das zeitaufwändige Einholen von Medieninformationen entfällt. Hat sich der Vermittler im System für ein Anzeigenmotiv entschieden, kann er es unmittelbar in einem Medium buchen oder zunächst in seinen Warenkorb ablegen, um später darauf zuzugreifen. Für die gewählte Anzeige schlägt die Virtuelle Mediaagentur dem Vermittler automatisch nur zielgruppenrelevante Medien vor, die noch über freie Plätze für die gewählte Vorlage verfügen. Mit der Auswahl einer Zeitschrift erhält der Vermittler die realen Kosten für die Anzeige. Er hat sein Budget immer im Blick und ihm bleiben böse Kostenüberraschungen in der Auftragsbestätigung erspart.

Bei Zusage durch den Verlag kann der Vermittler im System direkt mit der Anzeigenindividualisierung für das ausgewählte Medium beginnen – eigenständig und ohne Vorkenntnisse in Layout-Software. Ist die Anzeige an die lokalen Gegebenheiten angepasst, beispielsweise die eigene Adresse eingefügt, generiert das System automatisch eine druckfertige Datei, die direkt an den Verlag zur Schaltung weitergeleitet wird. Die Mediabuchungsprozesse laufen komplett automatisiert und standardisiert ab – eine Kontaktaufnahme mit dem Verlag per E-Mail, Fax oder Telefon erübrigt sich genauso wie zeitaufwändige Rückfragen. Gleichzeitig kann die Zentrale Statistiken darüber abrufen, welche Motive von den Vermittlern verwendet wurden. Eine gesonderte CI-Kontrolle ist nicht erforderlich, da das System nur CI-konforme Werbemittel generiert. Dabei sind die

Einsatzgebiete der Virtuellen Mediaagentur längst nicht nur auf Printanzeigen begrenzt: Vielmehr ermöglicht die Software den Vermittlern, auch Radio- und Kinospots, Außenwerbung oder Online-Banner mit minimalen Aufwand selbst zu buchen.

Die Vorteile der Virtuellen Mediaagentur liegen für Versicherungen auf der Hand: Vermittler werden in die Lage versetzt, Mediaschaltungen einfach per Mausklick umzusetzen – und das ohne Vorwissen und bei voller Kostenkontrolle. Aber auch die Versicherungszentrale profitiert: dank Virtueller Mediaagentur wird zum einen die Kommunikationsbereitschaft der Vermittler erhöht. Zum anderen wird die Qualität der Ergebnisse sichergestellt, da die vorgesehenen Zielgruppen durch die richtigen Kampagnen treffsicher angesprochen werden.

◆ Kurzportrait BrandMaker

Die Virtuelle Mediaagentur von BrandMaker unterstützt Vermittler bei der selbstständigen Buchung regionaler Werbemaßnahmen in sämtlichen Werbeträgern. Die BrandMaker GmbH ist der größte europäische Software-Spezialist im Bereich Marketing-Prozess-Optimierung und beschäftigt europaweit rund 150 Mitarbeiter.



◆ 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 Marketingprozessen in dezentralen Marketingstrukturen mittels Softwareeinsatz.