

DER DIGITALE KUNDE: DIE ETABLIERTEN VERSICHERER VERSCHENKEN DIE CHANCE, VERGLEICHSPORTALE ZU SCHLAGEN

Hybrides Vertriebsmodell für digitale Kunden

Hintergrund



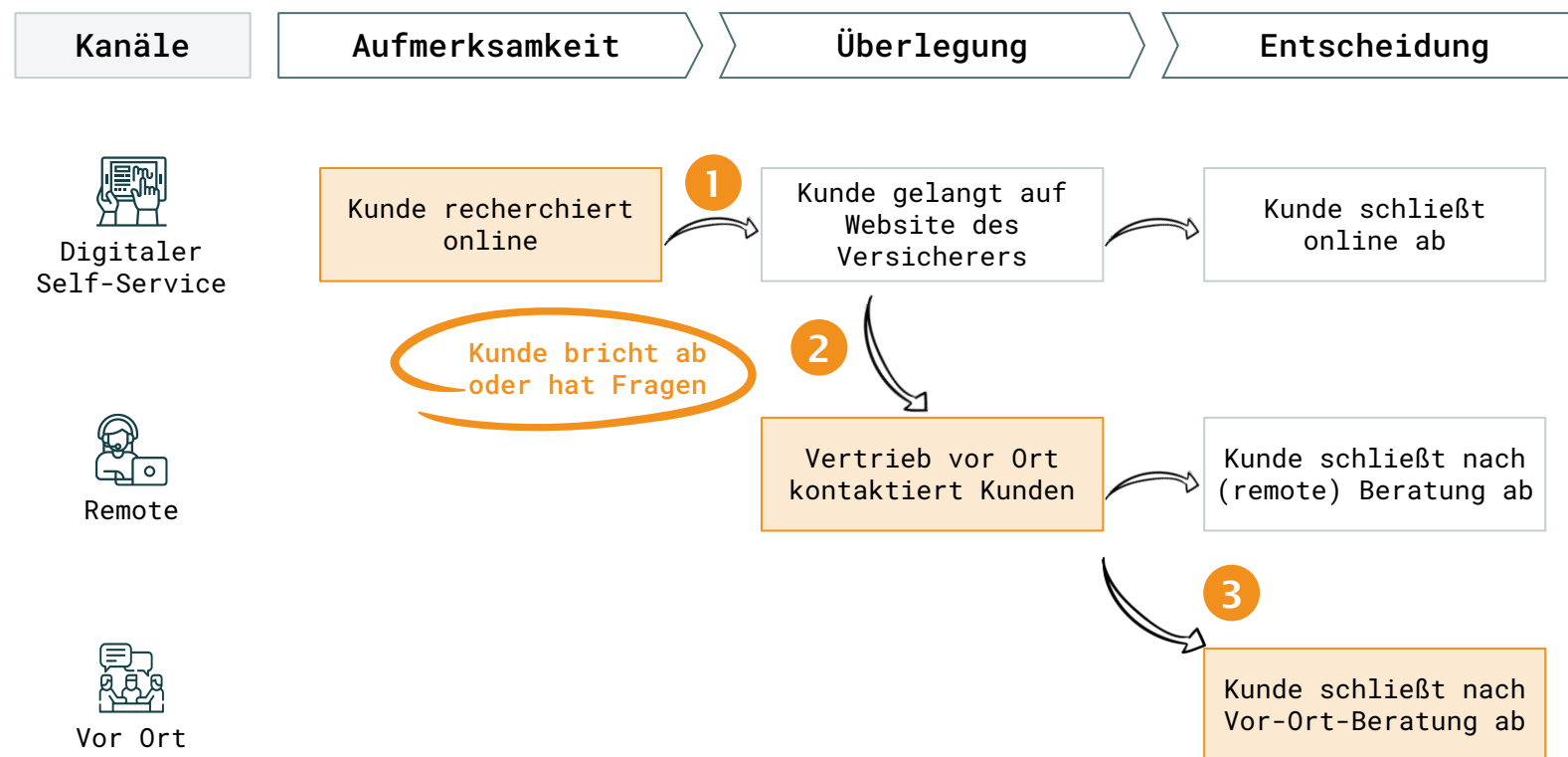
Kunden recherchieren online und Anzahl der Onlineabschlüsse steigt!



Bleibender Wunsch nach persönlicher Beratung, insbesondere für komplexe Produkte



Vertriebsmannschaft vor Ort als Asset im Onlinevertrieb nutzen



- 1 Klarer Fokus auf Online**
 Ausrichtung Onlineangebot auf digitalaffine Kunden (z.B. moderne Abschlussstrecke). Ein gutes Onlineangebot stärkt den klassischen Vertrieb & setzt sich zusammen von Vergleichsportalen ab
- 2 Prozess hybrid gestalten**
 Im Online-Prozess Voraussetzungen für Kontakt durch Vertriebsmannschaft smart vorbereiten (z.B. Option „Angebot speichern“)
- 3 Zusammenspiel Online-Offline**
 Intelligente Verzahnung aus Kundensicht notwendig. Mehrwerte der Vor-Ort-Beratung herausheben, aber nicht zur Bedingung machen



Durch eine zielgerichtete Orchestrierung der Kanäle „Online“ & „Vertriebsmannschaft vor Ort“ kann dem Kunden ein echter Vorteil gegenüber Vergleichsportalen geboten werden. Möglichkeit zur Gewinnung digitalaffiner Kunden mit hohen Erwartungen, denen ein reines Online-Angebot nicht ausreicht