

AMC-Meeting Frühjahr 2023

24./25. Mai, Hotel Mutterhaus, Düsseldorf

Der Treffpunkt für Marketing und Vertrieb der Assekuranz

Seit 1994 treffen sich Experten aus Marketing und Vertrieb der Versicherungsbranche zweimal jährlich bei den AMC-Meetings. Aktuelle Themen, Trends, Best Practices, Erfahrungsberichte aus der Praxis und der persönliche Erfahrungsaustausch sind die verlässlichen Zutaten für den regelmäßigen Branchentreff. An zwei Tagen erwarten Sie Keynotes, Gemeinschaftsvorträge mit Versicherern sowie Best-Practice-Beispiele unserer Dienstleistungspartner.

Moderation



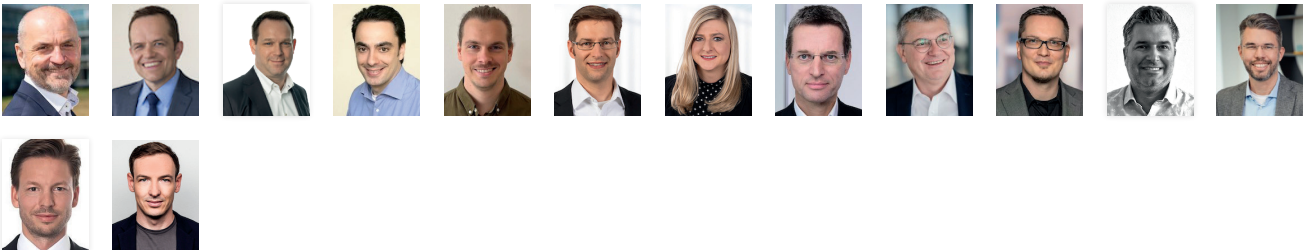
24. Mai: Dr. Frank Kersten & Stefan Raake, AMC

25. Mai: Prof. Dr. Heinrich R. Schradin, AMC Beiratsvorsitzender, Universität Köln

Agenda

Mittwoch, 24. Mai 2023

11:30 – 17:45 Uhr, anschließend gemeinsame Abendveranstaltung



Referenten (v.l.n.r.): Michael Töpler, Harry Holzhäuser, Gregor Bürkle, Oliver Skeide, Thomas Helmchen, Dr. Markus Guthier, Nicole Sturm, Martin Aschoff, Markus Lichtinghagen, Björn Janich, Stephan Schmidl, Frank Sielaff, Stefan Heimsath, Peter Zachmann

11:30 Uhr **Get together**

12:00 Uhr **Begrüßung**

Themenschwerpunkt: Kunde

12:15 Uhr **Onboarding für Neukunden 2.0: Die Allianz VersicherungsmanufakTOUR**

Michael Töpler, Director Customer Process Excellence & CPO Digital Services P&C, Allianz Versicherungs AG

Neukunden werden üblicherweise mit langweiligen Unterlagen darüber aufgeklärt, wie sie künftig von ihrer Versicherung profitieren können. Die Allianz geht in ihrer After-Sales-Kampagne einen anderen Weg und zeigt ihren Kundinnen und Kunden in einem personalisierten Film, welche Optionen ihnen ihr persönlicher Allianz-Privatschutz bietet. Die Kommunikationsmaßnahme wurde beim Effie Award Germany für Marketing-Effektivität mit Silber ausgezeichnet.

12:45 Uhr **CRM: Potenziale & Chancen für die Versicherungsbranche am Beispiel der Haftpflichtkasse**

Harry Holzhäuser, Abteilungsleitung Marketing und Unternehmenskommunikation, Die Haftpflichtkasse VVaG
Gregor Bürkle, Partner, Iskander Business Partner

Die Haftpflichtkasse hat zusammen mit Iskander Business Partner auf Basis des CRM Maturity Assessments von Iskander Business Partner die Grundlage für die Optimierung des CRMs bei der Haftpflichtkasse geschaffen. Welche Potenziale und Chancen sich vor allem für mittelständische Versicherer durch CRM eröffnen, zeigen in diesem Vortrag Harry Holzhäuser und Gregor Bürkle anhand der Case Study bei der Haftpflichtkasse auf.

AMC-Meeting Frühjahr 2023

Der Treffpunkt für Marketing und Vertrieb der Assekuranz

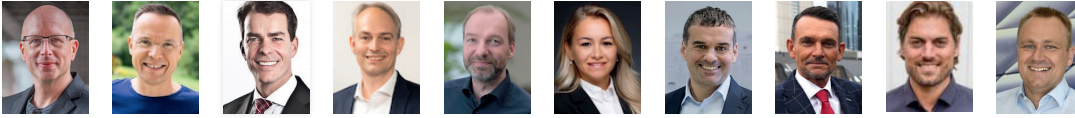
- 13:15 Uhr **Diskussion**
- 13:30 Uhr **Gemeinsames Mittagessen**
- 14:30 Uhr **Return on CX - aber klar!**
Oliver Skeide, Director CX Consulting, InMoment
- Die Forderung, dass das Customer Experience Management einen finanziellen Mehrwert liefert, ist aktueller denn je. Viele Unternehmen tun sich jedoch damit schwer, den konkreten Nachweis ökonomischer Effekte zu führen. Der Vortrag demonstriert anhand praktischer Beispiele, wie der Nutzen von CX für Marketing und Vertrieb sichtbar wird - auch ohne komplexe statistische Modelle.
- 14:50 Uhr **Wie Sie Ihre Customer Journey mit Hilfe von Kundenmeinungen optimieren können**
Thomas Helmchen, Brand Reputation Advisor, Trustpilot
- Warum ist es wichtig, dass ein kontinuierlicher Prozess etabliert wird, um Kundenmeinungen zu sammeln? In der Versicherung steckt Sicherheit und Vertrauen und Trustpilot stellt heute vor, wie Versicherer und Kunden zusammengebracht werden können.
- 15:10 Uhr **ROX: Mehr als nur ein Buzzword? Wie CX-Maßnahmen den Wertbeitrag in der Assekuranz steigern können**
Dr. Markus Guthier, Head of Customer Centric & Nicole Sturm, Managing Consultant CRM, CX & Digitalisierung, BCM. Best Customer Management
- Wie viel Budget sollte man als Versicherungsunternehmen in die Steigerung der Customer Experience investieren und welche CX-Maßnahmen sind die erfolgversprechendsten? Das ROX-Framework (Return on Experience) zeigt Ansatzpunkte für die Messung und das Management des Wertbeitrags ihrer CX-Maßnahmen auf. Dies ermöglicht Unternehmen, die Effektivität ihrer Investitionen zu steigern und darüber ihre CX-Maßnahmen zu optimieren.
- 15:30 Uhr **Pause**
- Themenschwerpunkt: Online**
- 16:00 Uhr **Multikanal-Kommunikation: So heben Sie Ihr Automatisierungspotenzial**
Martin Aschoff, Vorstand, Agnitas
Markus Lichthagen, Mitglied der Geschäftsleitung, inovoo
- Viele Versicherer arbeiten mit einem System zur Verarbeitung der Inbound-Kommunikation und einem System für die Outbound-Kommunikation mit Kunden und Interessenten. Noch bessere Ergebnisse lassen sich erzielen, wenn diese Insellösungen für eine medienbruchfreie End2End-Kommunikation integriert werden: Anhand konkreter Fallbeispiele erfahren Sie, wie sich dadurch die Automatisierung erhöhen lässt, um Kosten zu sparen, die Kundenzufriedenheit zu steigern und die Qualität der Prozesse zu verbessern.
- 16:20 Uhr **Community Management 2.0: Von Followern zu Fans**
Björn Janich, Digital Account Director & Stephan Schmidl, Executive Director, gkk DialogGroup
- Coolen Content für die Social Media Kanäle produziert und trotzdem kein Engagement oder nur negative Kommentare? So geht es auch drei Viertel der Top Marken in Deutschland: Ein professionelles Community Management mit Social CRM fehlt! Gefragt ist ein Community Management, um den Dialog mit der Zielgruppe zu pushen, das Stimmungsbild nachhaltig zu verbessern und eine loyale und aktive Fan-Base aufzubauen. Zusätzlich erhalten Sie ein Frühwarn-System für kritische Themen und qualitative Insights mit echtem Mehrwert.
- 16:40 Uhr **Chancen und Herausforderungen von Chat-GPT im Online-Marketing**
Frank Sielaff, Partner, AONIC
- Chat-GPT und andere KI-basierte Systeme werden unsere Profession in den nächsten Jahren signifikant verändern. Inhalte werden per se günstiger. Und der Wert von vertrauenswürdigen Quellen zur Einordnung von Information und Risiken wird sprunghaft wachsen. Außerdem kann die Customer Journey in einer neuen Form personalisiert werden. Welche Chancen ergeben sich?
- 17:00 Uhr **Erfolgreich im Digitalvertrieb - wie man mit mehr Wissen über das Kundenverhalten die Conversion erhöht**
Stefan Heimsath, Head of Digital Sales, Roland Rechtsschutz
Peter Zachmann, Industry Lead Insurance & Finance, Contentsquare
- Jeder Versicherer beschäftigt sich mit der Optimierung seiner Webseiten mit dem Ziel, die Customer Journey zu verbessern und die Conversion zu steigern. Wesentlich ist hier die Kenntnis darüber, wie Kunden sich online bewegen. Wie kann man mit diesem Wissen die Conversion erhöhen?
- 17:30 Uhr **Diskussion**
- 17:45 Uhr **Übergang zur Abendveranstaltung**
- 18:30 Uhr **Gemeinsame Abendveranstaltung (Dresscode: Casual)**

AMC-Meeting Frühjahr 2023

Der Treffpunkt für Marketing und Vertrieb der Assekuranz

Donnerstag, 25. Mai 2023

08:45 – 15:15 Uhr, anschließend Networking bis 16:00 Uhr



Referenten (v.l.n.r.): Martin Nitsche, Michael Lessmann, Dr. Wolfgang Kuckertz, Torben Tietz, Ingo Gregus, Sarah Rehm, Andreas Adam, Lars Georg Volkmann, Daniel Steven, Frank Windelband

08:45 Uhr **Get together**

09:15 Uhr **Begrüßung**

Themenschwerpunkt: Kunde

09:30 Uhr **Zero Footprint Marketing**

Martin Nitsche, Präsident, DDV Deutscher Dialogmarketing Verband

Nachhaltigkeit rückt verstärkt in den Fokus von Unternehmen – verbunden mit der Herausforderung, neue Regeln und Vorgaben umsetzen. Auch der Marketingbereich wird sich zukünftig die Frage stellen, wie er nachhaltig gestaltet werden kann. Martin Nitsche präsentiert ein Konzept und Vorgehensmodell, das Unternehmen direkt nutzen können und zeigt, welche Vorteile diese Positionierung für Werbetreibende und Dienstleister haben wird.

10:00 Uhr **Ritter Sport und der geometrische Nachhaltigkeitsansatz**

Michael Lessmann, General Manager / CFO, Alfred Ritter GmbH & Co. KG

Ritter Sport? Kennen 99 Prozent der Verbraucher in Deutschland. Gegründet 1912, beschäftigt das baden-württembergische Familienunternehmen heute rund 2.000 Mitarbeitende, erzielt einen Umsatz von über 500 Millionen Euro und verkauft Schokolade in über 100 Ländern weltweit. Michael Lessmann hat mit seinem Team signifikante Fortschritte von Nachhaltigkeitsinitiativen in die Markenpositionierung, Marketing- und Vertriebsstrategie von Ritter Sport eingearbeitet. Das ist heute das Thema seines Vortrags, der einen Blick in einen hart umkämpften Markt bietet.

10:30 Uhr **Diskussion**

10:45 Uhr **Pause**

Themenschwerpunkt: Vertrieb

11:15 Uhr **Ruhestandsplanung – Modewelle oder Trendthema?**

Dr. Wolfgang Kuckertz, Vorstand, GOING PUBLIC!

Ruhestandsplanung und die Zielgruppe 50+ ist im Focus der Finanzbranche. Bislang ist es aber nur wenigen Kunden gelungen, das Thema zu erschließen. Hier gilt noch stärker als in anderen Geschäftsfeldern: Produkte, Beratungshilfen und Schulung müssen verzahnt werden. Wie kann das gelingen?

11:35 Uhr **Kundenorientierte Vertriebssteuerung: Ein Beispiel aus der Praxis**

Torben Tietz, Geschäftsführender Partner, MSR Consulting Group

Der Kunde steht im Fokus des Vertriebs. Eine Befragung des Agenturbestands zusammen mit einem Agenturcheck zeigt jedoch, dass viel Potenzial zur Optimierung von Kundenzufriedenheit und Neugeschäft besteht. Am Beispiel eines Versicherers zeigt Torben Tietz, wie sich Vertriebsführung und Agenturen auf Basis der Ergebnisse verbessern und qualitativ hochwertige Leads generieren konnten.

11:55 Uhr **Digital Commerce: Was Kunden brauchen und was Finanzdienstleister dafür tun**

Ingo Gregus, Director Business Development, adesso SE

adesso präsentiert ihre aktuelle Digital Commerce Studie für Banken und Versicherungen. Im Fokus stehen in diesem Jahr vier Themen: Nachhaltigkeit, digitale Services, Online versus Offline sowie Kundengewinnung und Kundenbindung. Dazu wurden über 1.000 Kundinnen und Kunden sowie 300 Unternehmen aus der Finanzbranche befragt. Welche Wünsche haben Finanzkundinnen und -kunden - und wie können Unternehmen die Kundenzufriedenheit steigern?

AMC-Meeting Frühjahr 2023

Der Treffpunkt für Marketing und Vertrieb der Assekuranz

- 12:15 Uhr **Erfahrungsbericht: Digitale Verkaufsförderung bei der ARAG**
Sarah Rehm, Leiterin Vertriebsentwicklung, Verkaufsförderung & Events, ARAG
- Die Online-Präsenz der Vertriebspartner ist nicht nur Aushängeschild und Visitenkarte des Vertriebs, sondern bietet die Möglichkeit, die Kompetenzen und Individualität des Beraters in den Vordergrund zu stellen. Sarah Rehm stellt die Herangehensweise der ARAG bei der Unterstützung der Vertriebspartner im Aufbau der eigenen Online-Präsenz vor und zeigt Vorteile und Potentiale auf.
- 12:45 Uhr **Diskussion**
- 13:00 Uhr **Gemeinsames Mittagessen**
- 14:00 Uhr **Zukunft der Vertriebsvergütung**
Andreas Adam, Geschäftsführer, FIANTEC Provisionslösungen
Lars Georg Volkmann, Sprecher der Geschäftsführung, ZSH
- Wie wird sich die Vertriebsvergütung zukünftig entwickeln? Welche Anreize in der Vergütung sind die Erfolgsfaktoren von morgen? Was machen andere und welche Herausforderungen sind zu meistern? Diese Fragen wollen wir mit Ihnen diskutieren und mögliche Antworten liefern.
- 14:30 Uhr **Digital richtig aufgestellt: Learnings aus 400 Tagen Coaching mit 600 Vertriebspartnern**
Daniel Steven, Inhaber, Allianz Generalvertretung, Lohmar
Frank Windelband, Inhaber, Allianz Agentur Maintal
- Die Plattform DVL digital.verkaufen.lernen wurde 2020 gestartet, um Versicherungsvermittler digital erfolgreich(er) zu machen. Das Rezept: Die digital erfolgreichsten Kollegen in der Versicherungsbranche erzählen aus dem Nähkästchen, wie sie ihre Agentur digital aufstellen. Einer der Gründer der Plattform ist Daniel Steven. Er stellt heute gemeinsam mit Frank Windelbrand die wichtigen Learnings vor. Die beiden Referenten sind Mitglieder im Allianz Heß-Club und zählen zu den digital erfolgreichsten Versicherungsvertretern Deutschlands.
- 15:00 Uhr **Diskussion**
- 15:15 Uhr **Networking**
- 16:00 Uhr **Ende des AMC-Meetings**

