

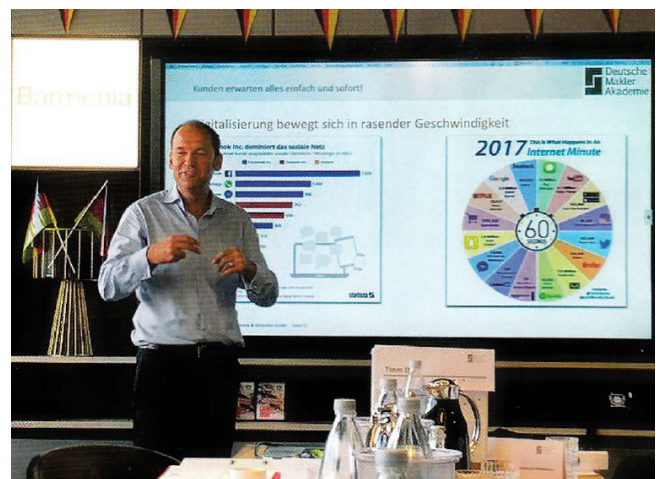
DMA + VGA

Im Rahmen der Zusammenarbeit des Bundesverbandes der Assekuranzführungskräfte e.V. (VGA) mit der Deutschen Makler Akademie gGmbH fand am 20. und 21.06.2018 die Pilotveranstaltung zum Thema „Digitaler Vertrieb für Führungskräfte“ statt. Gastgeber dieser besonderen und vom VGA unter Federführung seines Präsidiumsmitgliedes Klaus Woschei initiierten Veranstaltung war die Barmenia Krankenversicherung a.G., die wiederum die Räumlichkeiten ihres Premium-Werbepartners Bayer O4 Leverkusen nutzte, um dem Event den passenden Rahmen zu geben.

Das Seminar wurde am ersten Veranstaltungstag durch Herrn **Ralf Pispers** geleitet. Herr **Pispers** bringt durch seinen Hintergrund im Versicherungs- und Bankensektor und in der Kombination mit seiner Firma .dotkomm umfangreiches Fachwissen in der Vereinbarkeit von Versicherungsvertrieb und Digitalisierung mit. Eindrucksvoll konnte er die Chancen und breit gestreuten Betätigungsfelder für Vermittler im Internet aufzeigen. Dabei wurde zum einen sehr deutlich, dass das Internet von vielen Kollegen in der Branche noch stiefmütterlich behandelt wird und das zum anderen ein reiner Onlinevertrieb weder für Versicherungsvermittler noch für Kunden wünschenswert ist. Überzeugend stellte Herr **Pispers** die sich verändernden Konsumgewohnheiten der Verbraucher dar. Schon die Frage, wer sich heute noch beim Kauf einer Urlaubsreise allein auf die reine Beratung im Reisebüro verlässt, machte klar, dass sich Käuferverhalten stark verändert. Dadurch wurde allen Teilnehmern deutlich, dass sich die Marktteilnehmer, die nicht bereit sind die Digitalisierung aktiv mitzugestalten, es in der Zukunft schwer haben werden überhaupt einen Marktzugang zu finden. Der hybride Kunde, der sich digital informiert und stationär abschließt, wird sich nach Einschätzung von Herrn **Pispers** immer mehr zum Kunden entwickeln, der sich digital informiert und im Anschluss auch digital beraten lässt und abschließt - zumindest bei einfachen, standardisierbaren Produkten. Diese Entwicklung geht einher mit sich veränderten Arbeitszeiten und Arbeitswelten. Auch im eigenen Berufsleben muss der Versicherungskunde immer mehr und stärkere digitale Arbeitsprozesse erledigen. Daher ist der Weg zur Akzeptanz der digitalen Beratung für den Versicherungskunden nicht mehr weit entfernt.



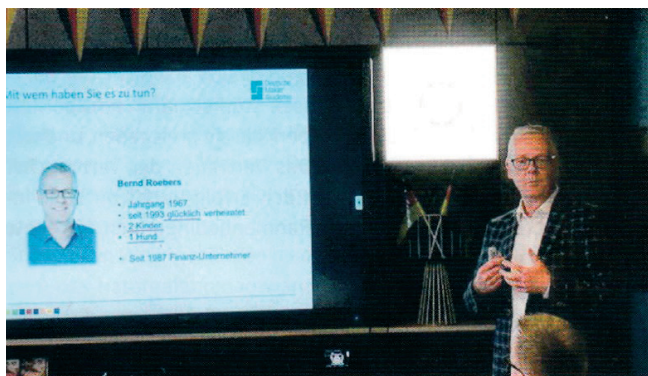
Um die digitale Strategie für eine Agentur in verschiedene Handlungsfelder aufzuteilen, brach Herr **Pispers** das Thema in die Punkte digitale Positionierung, digital Networking, digitale Beratung und digitale Werbung auf. Bei der digitalen Positionierung beschrieb Herr **Pispers** in seinem kurzweiligen Vortrag, der mit vielen praxisnahen Beispielen bestückt war, eindrucksvoll, wie sich einzelne Vermittler bei unterschiedlichen Gesellschaften positioniert haben. Ob als der Vermittler von „nebenan“ in Facebook-Gruppen zum Thema des eigenen Stadtteiles oder als fürsorglichen Hundebesitzer der nur das Beste für alle Vierbeiner möchte. Jeder dieser Vermittler arbeitet in seiner persönlichen Zielgruppe erfolgreich, weil immer eine klare themenspezifische Positionierung besteht. Natürlich vertriebt der beschriebene Kollege nicht nur Tierhalterhaftpflichtversicherungen, jedoch ist das sein persönlicher Einstieg und seine Außenwahrnehmung, um beim Kunden zum Thema Versicherungen in die Wahrnehmung zu kommen.



Ralf Pispers

Das Thema „Digital Networking“ bot einen Überblick über Plattformen und Möglichkeiten sich mit Menschen zu vernetzen. Dabei wurden verschiedene Plattformen wie Facebook LinkedIn und Xing klar differenziert und die Chancen und Risiken der unterschiedlichen Plattformen herausgearbeitet. Insbesondere die Verschiebung der Nutzerschaft innerhalb der Plattformen und die Vernetzung der Plattformen untereinander bot den Teilnehmern sehr interessantes Detailwissen. Einen großen Teil der abwechslungsreichen Veranstaltung nahm das Thema „Digitale Beratung“ ein. Digitale Beratung bietet die Chance, wieder nah an das moderne Kundenverhalten heran zu kommen. Der Vermittler kann hier nämlich schnell, direkt und digital zu agieren. Überzeugend wurde geschildert, wie ein eindrucksvoller Auftritt in den sozialen Medien, ein gut funktionierender Online -Terminkalender und eine benutzerfreundliche Online-Beratungssoftware ein schlüssiges Kundenerlebnis ermöglichen.

Abschließend ging Herr **Pispers** auf die Möglichkeiten der sozialen Medien zur werblichen Nutzung ein. Den Seminarteilnehmern wurden die Möglichkeiten der Selektion von Zielgrup-



Bernd Roebers

pen durch die hauseigenen Facebook-Tools dargestellt. Diese ermöglichen eine genaue Eingrenzung von Interessentengruppen nach Alter, Hobbies und Wohnorten. Diese vielfältigen Möglichkeiten sorgten für reges Interesse und viele Rückfragen durch die Seminarteilnehmer.

Am zweiten Seminartag wurden die vielen Themen und Inhalte des ersten Tages durch einen Kollegen aus der Branche, der schon eine Vielzahl dieser Ideen aktiv umsetzt, praxisorientiert erläutert. Herr Bernd **Roebers** stellte sich zur Verfügung, um seinen Best Practice-Ansatz aus seiner eigenen AXA-Agentur vorzustellen. Herr **Roebers** ist seit zwei Jahrzehnten für die AXA (bzw. die Nordstern) tätig und hat sich

die Verbindung der digitalen und analogen Beratungswelten auf die Fahnen geschrieben, er erzielt heute 25% seiner Erlöse aus dem digitalen Vertrieb. Herrn **Roebers** ist es gelungen, durch einen überzeugenden Internetauftritt, viele positive ProvenExpert-Bewertungen, eine intelligente Newsletterkette, Online-Terminvereinbarungen und eine einfache Plattform für die Online-Kundenberatung ein digitales Kundenerlebnis zu entwickeln, welches ohne Plattform und Medienbrüche auskommt. Ausführlich beantwortete Herr **Roebers** die vielen Fragen zur Umsetzung seiner Strategie durch die interessierten Teilnehmer.

Durch die informative Schilderung der vielen Möglichkeiten im digitalen Bereich am ersten Tag und die anschauliche praktische Umsetzung am zweiten Tag ergab sich eine praxisorientierte, kurzweilige und informative Veranstaltung, die für die anwesenden Führungskräfte der Barmenia Krankenversicherung einen echten Mehrwert brachte. Die Teilnehmer waren überrascht über die vielen Möglichkeiten im digitalen Umfeld und wurden immens motiviert, nun die eigenen Aktivitäten im Themenfeld Digitalisierung zu intensivieren.

Bernd Woschei

ANGEBOT FÜR VGA-MITGLIEDER

Das 2-tägige Seminar „Digitale Führung“ wurde gemeinsam von der Deutsche Makler Akademie (DMA) und den Gremien des VGA entwickelt. Es soll Führungskräften der Assekuranz eine erste Übersicht über das Feld der Digitalisierung geben und anhand von „BestPractice“ Lösungsansätze herausarbeiten und praktische Umsetzungshilfe anbieten.

Für Mitglieder des VGA besteht sowohl die Möglichkeit zu Sonderkonditionen (Preis 530 EUR je TN, Mindest-TN-Zahl:8, bei mehr als 10 TN sinkt der Preis auf 500 EUR, bei mehr als 12 TN auf 485 EUR) an dem nächsten offenen Seminar teilzunehmen oder die Veranstaltung als exklusives Seminar mit eigenen Mitarbeitern und Kollegen durchzuführen.

Für erste Auskünfte steht Ihnen Frau Lejla Grusso bei der DMA unter 0921/7575 8-642 oder grusso@dma-akademie.de oder Herr Oliver Mathais beim VGA unter 0221/9521280 oder oliver.mathais@vga-koeln.de gern zur Verfügung.