

Aus der Praxis für die Praxis: Das Projektforum des AMC-Meetings

Mittwoch, 30. Mai 2012, 12.00 - 17.45 Uhr, Park Inn, Innere Kanalstraße 15, Köln

Im Projektforum des AMC-Meetings berichten Kooperationspartner und Versicherungsunternehmen über erfolgreiche Projekte in der Finanzdienstleistungsbranche.

12.00 Uhr Get together bei Getränken und Fingerfood

Schwerpunkt: Kommunikation 2.0

**12.30 Uhr Gemeinschaftsvortrag
Digitale Evolution:
Strategien für den Kundenzugang der Zukunft**



Ralf Pispers, Geschäftsführer, dokomm, Köln / N.N.
Die Referenten zeigen, welchen Einfluss die Veränderungen in der digitalen Welt für die Kommunikation und den Vertrieb von Versicherungen haben. Anhand eines strategischen Rahmens werden die neuen Möglichkeiten mit vielen praktischeren Beispielen aus der Branche eingeordnet.



Thomas Öttinger, Geschäftsführer, marcupo GmbH
Hans Falby, Leiter Marketing, ERGO Versicherungsgruppe
Die DKV hat im Mai 2012 das Portal „DKV mein lokales Marketing“ mit dem Local Branding Spezialisten marcupo gebaut. Ziel war es, die unterschiedlichen lokalen Aktivitäten der Vermittler zu einer Schwarmmarke im Sinne der DKV zu formen. Referent Hans Falby, Leiter Marketing der DKV wird in seinem Erfahrungsbericht folgende zentralen Fragestellungen beantworten: Welche Mechanismen sind notwendig, damit ein Local Branding Portal bereits kurz nach seinem Go-live großen Anklang bei den Vermittlern findet? Wie aktiviert und motiviert man Vermittler, sich am Außenauftritt einer Versicherungsmaße zu beteiligen und dabei selbst zu einem lokalen Markenbotschafter zu werden? Welche Veränderungen ergeben sich im Innenverhältnis?

**12.30 Uhr Gemeinschaftsvortrag
Führen einer „Schwammkarre“ - ein Erfahrungsschatz der DKV**



Stephanie Hennig, Leiterin Strategisches Marketing und Marktforschung, Gothaer
Gothaer hat Anfang 2012 eine eigene Local Marketing-Plattform für den Außendienst eingeführt. Der Vortrag beleuchtet insbesondere das Erstellen individualisierter Werbemittel mit Hilfe des Systems. Personalisierte VKF-Materialien wie Flyer, Broschüren, Produktanzeigen und Fahrzeugschriftrollen sowie Personalanzeigen ermöglichen es den Vertretdienstleistern, der Marke Gothaer ein „lokales Gesicht“ zu geben. Zudem erläutert die Referenten die einzelnen Schritte der Implementierung und stellen mögliche Erweiterungen wie die automatisierte Anzeigebuchung vor.

Schwerpunkt: Marketing-Prozess-Optimierung

**13.00 Uhr Podiumsdiskussion
Kommunikation 2.0**



Moderation: Stefan Raake
Vertrauen, Offenheit und Transparenz sind seit der Finanzkrise und dem Siegeszug der sozialen Medien keine Schlagworte mehr. Kunden und Öffentlichkeit erwarten von den Unternehmen mehr als Lippenbekanntnisse und hübische Werbekampagnen. Wie gehen die Unternehmen mit dieser neuen Herausforderung um? Welche Lösungsansätze gibt es?



Dieses Thema wollen wir diskutieren mit:
• Sven Brück, Geschäftsführer, dialogagenten GmbH
• Oliver Olech, Geschäftsführer, REAL SOLUTION GmbH
• Philipp Sammann, arvato infosoftware
• Marc Czeslick, Global Vertical Expert Finance, ez Systems

**13.00 Uhr Podiumsdiskussion
Locales Marketing stärken:
Vorteile einer Web-to-Print-Komplettlösung**



Philip Mann, Geschäftsführer, mpm media process management gmbh
Stephanie Hennig, Leiterin Strategisches Marketing und Marktforschung, Gothaer
Gothaer hat Anfang 2012 ein eigenes Local Marketing-Plattform für den Außendienst eingeführt. Der Vortrag beleuchtet insbesondere das Erstellen individualisierter Werbemittel mit Hilfe des Systems. Personalisierte VKF-Materialien wie Flyer, Broschüren, Produktanzeigen und Fahrzeugschriftrollen sowie Personalanzeigen ermöglichen es den Vertretdienstleistern, der Marke Gothaer ein „lokales Gesicht“ zu geben. Zudem erläutert die Referenten die einzelnen Schritte der Implementierung und stellen mögliche Erweiterungen wie die automatisierte Anzeigebuchung vor.

Schwerpunkt: Wege zum loyalen Kunden

14.45 Uhr Pause

Schwerpunkt: Erfolgreiche Kundenbearbeitung in Marketing und Vertrieb

15.45 Uhr Pause

Schwerpunkt: Erfolgreiche Kundenbearbeitung in Marketing und Vertrieb

**16.15 Uhr Gemeinschaftsvortrag
Mobile Computing und Cloud Computing**



Marc M. Engel, Vorsitzender des Vorstandes, etvice Holding AG
N. N., Bonnfinanz
Die weltweit größte Messe zur Darstellungen digitaler Lösungen Cebit stand unter dem Leitthema „Managing Trust“: Vertrauensbildung und Vertrauenswürdigkeit digitaler Lösungen ist Basis für Fortschritt und Wachstum. Das hochaktuelle Thema ist seit Jahren Teil der Geschäftstätigkeit der etvice Gruppe. Die webbasierten und mobilen Lösungen von etvice für den Vertrieb werden als Cloud-CRM durch das zertifizierte etvice Rechenzentrum angeboten. Ein „best practice“-Vortrag, der die Vorteile und Herausforderungen des digitalen Wan- dels für den Vertrieb in der Asekturanz darstellt.

Schwerpunkt: Marketing-Prozess-Optimierung

**16.15 Uhr Gemeinschaftsvortrag
Vertretung und Vertriebssteuerung in Zeiten des**



N. N., Bonnfinanz
Die weltweit größte Messe zur Darstellungen digitaler Lösungen Cebit stand unter dem Leitthema „Managing Trust“: Vertrauensbildung und Vertrauenswürdigkeit digitaler Lösungen ist Basis für Fortschritt und Wachstum. Das hochaktuelle Thema ist seit Jahren Teil der Geschäftstätigkeit der etvice Gruppe. Die webbasierten und mobilen Lösungen von etvice für den Vertrieb werden als Cloud-CRM durch das zertifizierte etvice Rechenzentrum angeboten. Ein „best practice“-Vortrag, der die Vorteile und Herausforderungen des digitalen Wan- dels für den Vertrieb in der Asekturanz darstellt.

Schwerpunkt: Erfolgreiche Kundenbearbeitung in Marketing und Vertrieb

**16.45 Uhr Podiumsdiskussion
Erfolgreiche Kundenbearbeitung in Marketing und Vertrieb**



Moderation: Edmund Weißbarth
„Die richtigen Dinge richtig tun!“ - so einfach kann erfolgreiches Kunden- bzw. Marktbearbeitung umschieben werden. Aber wer ist in welcher Situation der richtige Kunde? Wie, worauf und womit soll er angesprochen werden? Eignet sich Standard-Software oder Individual-Software besser dafür? Und welche Rolle spielen Soziale Netze bei Kundenansprache und -bearbeitung? **Und wie sorgen wir für Akzeptanz im Vertrieb?** Dieses Thema diskutieren wir mit:

- Dr. Raimund Wiedemann, Geschäftsführer, agentes GmbH
- Martin Daut, Vorstand, simple fact AG
- Klaus Kummel, Partner, fan gene GmbH - einem Partner unternehmen der update software Deutschland GmbH
- Michael Schmitz, Geschäftsführer, Phoenix - Institut für Vertriebsforschung GmbH

Schwerpunkt: Erfolgreiche Kundenbearbeitung in Marketing und Vertrieb

17.45 Uhr Ende der Veranstaltung

Vorbereitung auf das Abendevent (legere Kleidung erwünscht)

18.30 Uhr Transfer zum Abendevent

19.00 Uhr Geführte Brauhaustour; anschließendes Abendessen und Networking im Gaffels am Dom, Rücktransfer zum Tagungshotel um 24:00 Uhr

AMC-Forum

31.05.2012, Park Inn, Innere Kanalstraße 15, Köln

Moderation: Prof. Dr. Heinrich R. Schradin
Das **AMC**-Forum wendet sich mit aktuellen Themen direkt an Entscheidungsträger der Bereiche Marketing und Vertrieb aus der Assekuranz. Erleben Sie Best-Practice-Beispiele, wissenschaftliche Erkenntnisse, fundierte Hintergrundinformationen und spannende Diskussionen!

AMC-Mitglieder & Partner



09.00 Uhr Get together

09.30 Uhr Begrüßung
Prof. Dr. Heinrich R. Schradin, Beiratsvorsitzender des
AMC, Institut für Versicherungswissenschaft, Köln

12.30 Uhr Marketing Excellence durch Synergien von

globalem Marketing und lokalen Aktivitäten
Monika Schulze, CMC, Zurich Gruppe, Bonn

Die Diskussion um globales Marketing und einer globalen Strategie ist oft geprägt von der Spannung zwischen dem Wunsch nach globaler Standardisierung und dem Erfordernis der lokalen Anpassung. Es erfordert viel Geschick und Erfahrung, Synergien und Qualitätsverbesserung durch eine globale Gruppe einzuführen und gleichzeitig alle Landen und Bedürfnisse mit ins Boot zu holen. In ihrer Präsentation zeigt Frau Schulze mehrere Beispiele aus der Sicht ihrer fröhlichen globalen und europäischen Jobs und zum anderen mit der lokalen Brille, die ihre heutige Tätigkeit prägt. Sie zeigt Beispiele, die aus ihrer Sicht sehr gut funktioniert haben, aber auch Dinge, die nicht zum Erfolg geführt haben. Am Ende ihrer Präsentation zieht Frau Schulze eine Bilanz und zeigt Kriterien auf, die helfen können, die Spannung zwischen globalem und lokalem Marketing aufzulösen.

09.45 Uhr Management der Beratungsqualität im Vertrieb
Dr. Frank Eselemann, Partner MSR Consulting, Köln

Torsten Tietz, Partner, MSR Consulting, Köln
Die Beratungsqualität eines Vertriebs ist heute schon von vornherein entscheidender Bedeutung und das wird sich noch weiter verstärken. Was heißt Beratungsqualität für die Kunden? Und wie kann dann ein Versicherer effektiv gesteuert werden? Auf Basis umfassender Marktforschungsergebnisse und Umsetzungserfahrungen im Vertrieb werden die wesentlichen Faktoren vorgestellt und diskutiert. Anhand von Praxistripeln werden insbesondere die Herausforderungen in der Umsetzung beleuchtet.

10.30 Uhr Kaffeepause

11.00 Uhr Tarifliche Aspekte von Unisex-Tarifen

Dr. Peter Schmidt, Vorstandsvorsitzender Vereinigte Post Die Makler AG, Köln
Vortrag werden die gesetzlichen Grundlagen, die aktuarische Umsetzung und die vertrieblichen Konsequenzen der Umstellung von Personenversicherungstarifen von Unisex-Tarife erörtert. Außerdem wird die Frage nachgegangen, ob jetzt jeder „betroffene“ Kunde noch vor der Umstellung auf Unisex-Tarife bestimmte Absicherungen vornehmen sollte.

11.45 Uhr Unisex: Bedrohung oder Chance?
Erste Erfahrungen mit einer Unisex-Rente

Rudolf Lohaus, Hauptabteilungsleiter Marketing, VOLKSWAGEN BUND Versicherungen, Dortmund
Ab dem 21. Dezember 2012 dürfen alle neuen Versicherungsverträge nur noch als Unisex-Tarife angeboten werden. Bereits im Herbst 2011 hat die VOLKSWAGEN BUND Lebensversicherung a.G. eine Unisex-Rente eingeführt. Erfahren Sie in diesem Vortrag, warum die Einführung so früh erfolgte und welche Erfahrungen bisher gesammelt wurden. Darüber hinaus unterstützen der Dortmunder Maklervereiner den Vertrieb ab Anfang Juni 2012 mit einem spartenübergreifenden Unisex-Beratungstool. Diese Anwendung präsentiert Herr Lohaus live im AMC-Forum.

12.30 Uhr Mittagssnack und Networking

13.30 Uhr Marketing Excellence durch Synergien von

globalem Marketing und lokalen Aktivitäten

Monika Schulze, CMC, Zurich Gruppe, Bonn

Die Diskussion um globales Marketing und einer globalen Strategie ist oft geprägt von der Spannung zwischen dem Wunsch nach globaler Standardisierung und dem Erfordernis der lokalen Anpassung. Es erfordert viel Geschick und Erfahrung, Synergien und Qualitätsverbesserung durch eine globale Gruppe einzuführen und gleichzeitig alle Landen und Bedürfnisse mit ins Boot zu holen. In ihrer Präsentation zeigt Frau Schulze mehrere Beispiele aus der Sicht ihrer fröhlichen globalen und europäischen Jobs und zum anderen mit der lokalen Brille, die ihre heutige Tätigkeit prägt. Sie zeigt Beispiele, die aus ihrer Sicht sehr gut funktioniert haben, aber auch Dinge, die nicht zum Erfolg geführt haben. Am Ende ihrer Präsentation zieht Frau Schulze eine Bilanz und zeigt Kriterien auf, die helfen können, die Spannung zwischen globalem und lokalem Marketing aufzulösen.

14.15 Uhr IMD2: Auswirkungen der EU-Vermittlerrichtlinie auf Marketing und Vertrieb

Prof. Dr. Matthias Beenken, Professor Betriebswirtschaftslehre, insb. Versicherungswirtschaft, Fachhochschule Dortmund, Dortmund
Die Regulierung des Versicherungsvertriebs geht unvermindert weiter: Die Vermittlerrichtlinie wird überarbeitet, neue Vergütungsmodelle sollen hierauf vorbereitet werden. Was dies für die Vermittler bedeutet, wie gut sie hierauf vorbereitet sind, und welche Konsequenzen sich hieraus speziell für das Marketing der Versicherungsunternehmen ergeben.

15.00 Uhr Zusammenfassung und Ausblick

Prof. Dr. Heinrich R. Schradin, Beiratsvorsitzender des
AMC, Institut für Versicherungswissenschaft, Köln

15.30 Uhr Networking

16.30 Uhr Ende des 36. AMC-Meetings