

# Lokales Marketing in der Assekuranz

## Geplante Themenbereiche und Fragen der Studie



Noch bis zum  
31. Mai anmelden!

Wie im [Projektflyer](#) (AMC-Forum) beschrieben, möchten wir mit der Studie „Lokales Marketing in der Assekuranz“ unter die Oberfläche der Ausschließlichkeitsorganisationen blicken. Basis bildet eine Online-Umfrage, die sich thematisch in drei Teile gliedert. Je Themengebiet sollen lokale Partner ca. ein Dutzend Fragen rund um ihr Marketing beantworten. Die Bearbeitung der gesamten Umfrage wird ca. 10 - 15 Minuten in Anspruch nehmen.

Welche Themengebiete wir geplant haben und mit welchen Fragen Sie dabei jeweils rechnen können, stellen wir Ihnen im Folgenden vor.

### Teil 1: Touchpoints & Kanäle

Im ersten Teil der Umfrage wollen wir herausfinden, welche Kanäle und Touchpoints für die lokalen Vertriebspartner heute im Marketing vor Ort wirklich relevant sind – und welche es morgen sein werden.

#### Fragenhorizont (Auswahl):

- Was sind die wichtigsten Medienkanäle für Ihre Marke an Ihrem lokalen Standort?
- Mit welchen Marketingmaßnahmen erzielen Sie aktuell die größten Effekte?
- In welchem Rahmen nutzen Sie Social Media?
- Welchen Anteil in Prozent haben die Mediengattungen Klassik, Digital und Social an Ihrem aktuellen Marketingmix? Wie schätzen Sie, sieht diese Verteilung in drei Jahren aus?
- Nutzen Sie heute Suchmaschinen-Werbung (SEA)?
- Welche Rolle spielen für Sie Bewertungen auf Online-Plattformen? Wie managen Sie diese?
- Welche Art von Content funktioniert Ihrer Ansicht nach am besten?

## Teil 2: Organisation des Marketings im Betrieb

Der zweite Teil der Umfrage fokussiert auf die Organisation von Marketing im lokalen Betrieb. Wir wollen herausfinden, welchen Stellenwert Marketing in den Betrieben hat, wer dafür verantwortlich ist und wie viele Ressourcen dafür aufgebracht werden – sowohl personell, als auch monetär.

### Fragenhorizont (Auswahl):

- Wie wichtig ist Ihnen ein regionaler Bezug in Ihrer Marketing-Kommunikation?
- Wie viele Ressourcen investieren Sie in Ihr lokales Marketing (Personen, Stunden, Budget etc.)?
- Arbeiten Sie mit lokalen (Werbe-)Agenturen oder Freelancern?
- Worauf fokussieren Sie stärker: Neukundengewinnung oder Kundenbindung?
- Wem gegenüber müssen Sie sich am lokalen Markt abgrenzen?
- Wie kontrollieren Sie den Erfolg Ihrer Marketing-Maßnahmen?

## Teil 3: Zusammenarbeit Markennehmer und Markengeber

Zu guter Letzt nehmen wir die Zusammenarbeit zwischen den lokalen Partnern mit der zentralen Fachabteilung unter die Lupe. Uns interessiert: Wie zufrieden sind Vertriebspartner mit dem Marketing-Support der Fachabteilung? Wo wünschen sie sich mehr Handlungsspielraum? Und wo mehr Unterstützung?

### Fragenhorizont (Auswahl):

- Wie zufrieden sind Sie mit dem Marketing-Support Ihrer Marke hinsichtlich verschiedener Faktoren (Kampagnen, Maßnahmen, finanzielle und fachliche Unterstützung etc.)?
- Inwiefern sind Sie in nationale Kampagnen des Markengebers eingebunden?  
Und wie stark wären Sie gerne eingebunden?
- Wer trägt Ihrer Meinung nach die Verantwortung für Ihr lokales Marketing?
- Wer trägt heute die Kosten für Ihr lokales Marketing? Welche Kostenaufteilung würden Sie gerade noch akzeptieren (lokal/zentral)?
- Würde Ihnen eine fachliche Unterstützung (Know-how, Beratung) zu Trends, neuen Kanälen und Digitalisierung helfen? Und wieviel wären Sie bereit, dafür zu investieren?

## Fragen kostet nichts!

Melden Sie sich bis zum 31. Mai 2018 per E-Mail an [assekuranz@brandad-systems.de](mailto:assekuranz@brandad-systems.de) oder telefonisch unter **0911 756658-0** an und nehmen Sie an unserer Online-Studie kostenlos teil.

Nach Ihrer Anmeldung erhalten Sie den kompletten Fragebogen zur finalen Freigabe. Hier können Sie auch fünf bis zehn eigene Fragestellungen einfließen lassen!