

## 17. AMC-Meeting

# Vorteile von AMC-Gemeinschaftsprojekten am Beispiel Point of Sale

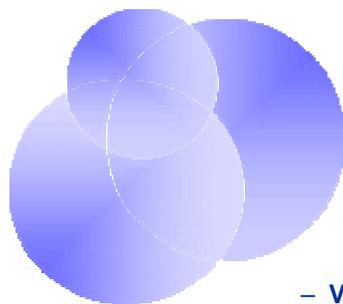
Dr. Frank Kersten, AMC Münster



# Gemeinschaftsprojekte

## Kernkompetenz des AMC: Die operative Kraft von Gemeinschaftsprojekten

### Aufbau des AMC



- Geschäftsbereiche:
  - AMC Münster: Vertriebsprojekte/ Produktentwicklung / CRM
  - AMC Düsseldorf: Electronic Marketing / E-Commerce / Kommunikation
  - AMC Nürnberg: Marktforschung / Brand Research
- Versicherungsunternehmen
- AMC-Beirat / Strategiekommision
- AMC-Projektrat

## Gemeinschaftsprojekte - wie funktioniert das?

- **Gemeinsam weniger Kosten und mehr Informationen**
  - Beispiel: Analyse des Vertriebsweges „Makler/Mehrfachagenten“
- **Kostenvorteilsprojekte durch Nachfragebündelung**
  - Beispiel: INFORMA-Marketing-Score
- **Exklusive Angebote durch Synergieeffekte**
  - Beispiel: Direktmarketing in profitablen Kundensegmenten
- **Gemeinsam Wissen erwerben und austauschen**
  - Beispiel: Businessstraining Agenturberatung

## Aktuelle Projektangebote

AMC-interne Projekte	Kooperationspartner-Projekte
<ul style="list-style-type: none"> <li>• AMC Marktreporting</li> <li>• AMC Arbeitskreis Internet Full Service / Versicherungen.de</li> <li>• AMC Arbeitskreis Extranet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• AMC Community-Lösung                             <ul style="list-style-type: none"> <li>– AMC-Dashboard</li> <li>– AMC-Datenkataloge</li> <li>– AMC-Schadenformular</li> </ul> </li> <li>• INFORM Marketing-Score</li> <li>• Akademie für Versicherungsmarketing                             <ul style="list-style-type: none"> <li>– BT „Agenturberatung“</li> <li>– BT „Beschwerdemanagement“</li> </ul> </li> <li>• Content Services</li> <li>• Potenzialorientierte Vertriebsplanung</li> <li>• Ganzheitliche Beratung</li> <li>• Online-Jobbörse</li> </ul>

## „Quantität oder Qualität?“

- Die Hürden für ein Kooperationspartner-Projektangebot:
  - „Requirements-Engineering“ (Projektrat)

## AMC Projektrat

Bedarfsermittlung — Diskussion

Projektideen

Zündende  
Projektangebote

## AMC Projektrat



**Werner Becker**  
Abteilungsleiter  
Marketing-Services



**Regina Waldeck**  
Teamleiterin Marketing,  
Team Produktentwicklung  
und -begleitung



**Josef Köck**  
Marketingleiter

**PROVINZIAL**  
Versicherungen  
**Kiel**

**Horst Anton**  
Abteilungsleiter  
Marketing



**SIGNAL IDUNA**

**Manfred Belz**  
Abteilungsleiter  
Strategisches Marketing

## „Quantität oder Qualität?“

- Die Hürden für ein Kooperationspartner-Projektangebot:
  - „Requirements-Engineering“ (Projektrat)
  - Analyse der Kernkompetenzen des Kooperationspartners
  - Identifikation der *wesentlichen* Kernkompetenz mit Potenzial für ein Projektangebot
  - Interne Diskussion des Projektansatzes
  - Erfolgreiche Durchführung eines Projektworkshops
  - Nutzung des Projektangebotes durch Sie!

 **Qualitativ hochwertige Vielfalt!**

## Gemeinschaftsprojekte mit direkten oder indirekten Auswirkungen für den Point of Sale

- Businessstraining Agenturberatung
- Direktmarketing in profitablen Kundensegmenten
- Potenzialorientierte Vertriebsplanung
- Ganzheitliche Beratung

## Businessstraining Agenturberatung

- Ziel: Branchenweiter Erfahrungsaustausch
- Referent: Matthias Beenken, MBO-Verlag /



Auswirkung für den POS:  
**Qualitätsverbesserung, Erhöhung der Loyalität zum VU, Erhöhung der Profitabilität**

- In 
- Diskussion und Erfahrungsaustausch / Gruppenarbeiten
- Bereits zwei Veranstaltungen mit insg. 28 Teilnehmern aus 15 VU
- **Nächster Termin: 13. März 2003**

## Direktmarketing in profitablen Kundensegmenten

Direktmarketing

in profitablen Kundensegmenten

ReMark International

  
**Fair Isaac**  
**INFORMA**

Ihr Ansprechpartner:  
**Martin Lütkehaus**

Ihr Ansprechpartner:  
**Dr. Paul Triggs**

## Kostenvorteil:



### EinRechenbeispiel:

- Anreicherung 250.000 Datensätze
- Listenpreis: 18 Cent pro Datensatz  
= 45.000 Euro
- AMC-Angebot: 8 Cent pro Datensatz  
= 20.000 Euro

**Ersparnis: 25.000 Euro (55,5%)**

## „Synergie-Vorteil“:

ReMark International

+



=

**Effizientes Direktmarketing**

## Projektvorgehen

- Bestandsanalyse
- Produktanalyse

*Kostenlose  
Vorleistung  
von ReMark*

Auswirkung für den POS:  
**Cross-Selling in profitablen  
 Kundensegmenten, neuer Vertriebs-  
 kanal, ggf. Service für den Außendienst**

keiten)  
nmen

Daten an INFORMA (Name, Anschrift, Geburtsdatum), angereicherte Daten zurück an VU, ReMark segmentiert entsprechend VU-Vorgaben

– ohne INFORMA-SCORE:

Voraussetzung: Score liegt bereits vor

- Durchführung
- Reporting / Abschlußbericht durch ReMark

## Potenzialorientierte Vertriebsplanung



### • Ziele:

Auswirkung für den POS:  
 – **Neue Basis für Vertriebsvereinbarun-  
 gen, neue Möglichkeiten eines kontinu-  
 erlichen Vertriebsmonitoring**

n  
len

### • Ihr

- Referat: Potenzialorientiertes Marketing für den Point of Sale

## Ganzheitliche Beratung



- DV-Lösung zur Ganzheitlichen Beratung
- Neues didaktisches Konzept zur Ganzheitlichen Beratung:
  - kontinuierliche Information über Versicherungsabdeckung und Versicherungsbedarf von Kunden
  - verschiedene Beratungsebenen mit unterschiedlichen Komplexitätsgraden
  - mit Anbindung an Bestandsführungssysteme

## Ganzheitliche Beratung

Header Info & Logo

Name : Paul Baumann

Agentur : Günthe

Ihr Ansprechpartner:  
**Joachim Pichen**

Beratungsth

Auswirkung für den POS:  
**Verkaufsunterstützung für den Außendienst, Erhöhung des Potenzials für Cross- und Upselling**

Altersvorsorge

Gesundheit

Eigentum

Navigation

## Die Zukunft

- Wachsender Pool von Projektangeboten
- Einzigartige, exklusive Projektangebote
  - Kostenvorteile
  - Informationsvorteile
  - Synergievorteile

**Der AMC wird immer stärker ein Lösungsanbieter**

**Fragen Sie uns,  
wir nennen Ihnen eine Lösung!**

**Vielen Dank!**