

# Online-Konferenz: AMC-Meeting Frühjahr 2021

Der Treffpunkt für Marketing und Vertrieb der Assekuranz - diesmal als Online-Konferenz.

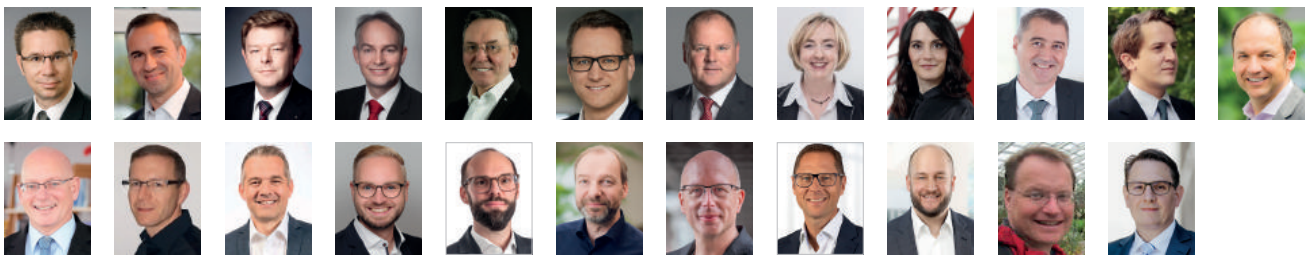
Seit 1994 treffen sich Experten aus Marketing und Vertrieb der Versicherungsbranche zweimal jährlich bei den AMC-Meetings. Aktuelle Themen, Trends, Best Practices, Erfahrungsberichte aus der Praxis und der persönliche Erfahrungsaustausch sind die verlässlichen Zutaten für den regelmäßigen Branchentreff.

Es erwarten Sie an zwei Tagen ein **prall gefülltes Programm mit über 30 Vorträgen und Workshops**. Kurz und knackig präsentiert von unseren Netzwerkpartnern. Freuen Sie sich auf **Vorträge von Top-Führungskräften unserer Branche!**

Bei unseren Meetings finden Sie „immer gute Projekte oder Ideenansätze, die man mitnimmt und in das Tagesgeschäft oder die Planungen einbringen kann.“ (Wolfgang Bussmann, Abteilungsdirektor Marketing / Sonderprojekte, InterRisk). Versprochen!

Am ersten Meeting-Abend werden wir ein **virtuelles Bier tasting** veranstalten - präsentiert von Thomas Ötinger, der uns seit vielen Jahren als geschätzter Geschäftspartner begleitet. **Wir freuen uns auf Sie!**

## Online-Konferenz zum AMC-Meeting, 05.05.2021 - 1. Meeting-Tag



**Referenten (v.l.n.r.):** Dr. Frank Kersten, Stefan Raake, Prof. Dr. Heinrich R. Schradin, Torben Tietz, Dr. Klaus Möller, Dr. Sebastian Grabmaier, Jürgen Wahner, Prof. Dr. Claudia Bünthe, Verena Fink, Thomas Schneider, Gero Reiniger, Ralf Pispers, Stefan Riedel, Christoph Spengler, Rainer Wilmers, Florian Vennemann, Michael Isermann, Ingo Gregus, Martin Nitsche, Thomas Hamele, Stefan von Lieven, Dr. Gerhard Heide, Frank Baumgart

**09:00 Uhr Begrüßung**

*Dr. Frank Kersten & Stefan Raake, Geschäftsführer, AMC*

**09:15 Uhr Status Quo Assekuranz**

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

Die Corona-Pandemie hat Spuren hinterlassen – auch in der deutschen Versicherungswirtschaft. Welche Beiträge leistet die private Versicherungswirtschaft, das Katastropheneignis zu bewältigen? Welche Auswirkungen auf die Versicherungsunternehmen sind zu beobachten und wie sind die Unternehmen damit umgegangen?

**09:45 Uhr Vertriebssteuerung AO – Fünf Treiber für den Vertriebs Erfolg**

*Torben Tietz, Geschäftsführender Partner, MSR Consulting Group GmbH*

Wie kann ich meine guten Agenturen als Vertriebsführungskraft dabei unterstützen, erfolgreicher zu sein? Agenturisten benötigen mobilisierende Impulse, wie sie sich passgenauer auf ihre Kunden und deren Bedürfnisse ausrichten können. Dazu gehört insbe-

sondere auch die Frage, wie ich mich als Agentur organisiere und positioniere. Auf Basis umfassender empirischer Untersuchungen hat MSR Consulting fünf Treiber für den Vertriebs Erfolg identifiziert. Im Rahmen von CX Programmen im Vertrieb wurde ein dazu passender Agenturcheck entwickelt. Torben Tietz stellt vor, wie sich Vertriebsleitung und Agenturberatung mit dem daraus resultierenden toolgestützten Managementansatz erfolgreich als Unterstützer positionieren können.

**10:00 Uhr Das Geschäftsmodell DIN 77230: Mit der Norm krisenfest in die Zukunft**

*Dr. Klaus Möller, Vorstandsvorsitzender, DEFINO Institut für Finanznorm AG*

Normen schaffen Sicherheit und Verlässlichkeit. Die DIN 77230 überzeugt durch Neutralität und Objektivität. Sie macht diejenigen, die sie bei ihren Kunden zum Einsatz bringen, zu glaubwürdigen Experten. Die Folge: Die Kunden öffnen sich und verschweigen nichts. Das Ergebnis: Nichts wird übersehen, alles kann optimiert werden – zum Nutzen aller Beteiligten.

# Online-Konferenz: AMC-Meeting Frühjahr 2021

Der Treffpunkt für Marketing und Vertrieb der Assekuranz - diesmal als Online-Konferenz.

## 10:15 Uhr Digital-gestütztes Bestandskundenmodell als Lösung für unbetreute Privatkunden in Versicherungsunternehmen

*Dr. Sebastian Grabmaier, Vorstandsvorsitzender, Jung, DMS & Cie. AG, & Jürgen Wahner, Geschäftsführer, InsureDirect24*

Demographische sowie organisatorische Gründe führen zu einer stark steigenden Anzahl direkt betreuter Kunden in Versicherungsunternehmen. Bisherige Lösungswege, wie die Schlüsselung auf einzelne AO-Agenturen oder Makler sind bisher meist nicht befriedigend. Aufwändige Verwaltung mit hohem Personalaufwand und fehlenden Service- und Callcenter-Kapazitäten führen zu hohen Kosten bei suboptimalem Kundenerlebnis. Eine Alternative ist das Outsourcing der Betreuung der Direktbestände auf die digitale JDC-Plattform mit vollständig digitaler Service-, Daten- und Dokumentenverarbeitung und optional wählbaren Call- und Servicecentermodulen.

## 10:30 Uhr Pause

## 11:00 Uhr KI in Marketing und Vertrieb: Herausforderungen und Potenziale

*Prof. Dr. Claudia Bünthe, Professor for Marketing, SRH Berlin University of Applied Sciences*

In der einleitenden Keynote zum Themenblock Künstliche Intelligenz gibt uns Frau Prof. Bünthe einen Überblick über die Potenziale von KI für die Wirtschaft und wie sich der aktuelle Einsatz von KI in Marketing und Vertrieb gestaltet. Sie erfahren, woran KI-Tools momentan noch scheitern können, welche Herausforderungen sich dadurch für die Unternehmen ergeben und welche Tipps es für den erfolgreichen Einsatz von KI in Marketing und Vertrieb gibt.

## 11:30 Uhr KI in der Assekuranz: Potentiale nutzen und verantwortungsvoll handeln

*Verena Fink, Geschäftsführende Gesellschafterin, Woodpecker Finch*

Ende März fand beim AMC eine Expertenrunde zum Thema „KI in der Assekuranz“ statt. Wie ist das Thema KI aktuell bei den Unternehmen besetzt? Welche Anwendungsfelder werden behandelt, welche für die Zukunft geplant? Welche Fähigkeiten sollten Mitarbeiter mitbringen, um KI-Piloten zu begleiten? Was bedeutet verantwortungsvoller Einsatz von KI? Und wie kann der AMC mit passenden Angeboten dabei unterstützen?

## 11:45 Uhr KI in der Kundenkommunikation

*Thomas Schneider, Geschäftsführender Gesellschafter, inovoo GmbH*

Die Kommunikation mit Kunden läuft in vielen Versicherungen oftmals noch in Papierform ab. Auch intern werden E-Mails häufig ausgedruckt und abgelegt.

Wie schafft man es, seine internen und externen Kommunikationsprozesse durchgehend effizient zu gestalten? In diesem Vortrag stellen wir Ihnen verschiedene Möglichkeiten vor, wie Sie Ihre Dokument-, Daten- und Informationsprozesse mit Hilfe von KI automatisieren und digitalisieren können.

## 12:00 Uhr Versicherungsvertrieb: Mit KI vom Sofa zum Abschluss

*Gero Reiniger, Sales Director DACH, Zelros*

Künstliche Intelligenz kann den Versicherungsvertrieb nachhaltig unterstützen. Gero Reiniger zeigt, wie mit Hilfe von KI ein nahtloses und personalisiertes Erlebnis für Versicherer und deren Kunden geboten werden kann. Vom Lead bis zum Abschluss.

## 12:15 Uhr Beitragsanpassung Next Generation – was Kunden wirklich wollen

*Ralf Pispers, CEO, PBM Personal Business Machine AG, & Stefan Riedel, Vorstand, adesso SE*

Eine gemeinsame Studie von PBM und adesso zeigt, dass 38% der Versicherten überlegen, die Krankenversicherung zu wechseln. Der Grund dafür sind nicht nur die Beitragserhöhungen. Versicherte wünschen sich bessere Begründungen und Kommunikation! Im gemeinsamen Vortrag erklären Ralf Pispers und Stefan Riedel, was Versicherungen in der Kundenkommunikation besser machen können.

## 12:30 Uhr Pause

## 13:30 Uhr Die Komplexität in der Customer Journey erfolgreich managen

*Christoph Spengler, Gründer und Managing Director, Accelerom AG, Zürich*

Die Digitalisierung sorgt für eine unübersichtliche Menge an Touchpoints und Daten, die täglich auf uns einprasselt. Das Gebot der Stunde ist: Simplifizierung. Im Vortrag erfahren Sie, wie Sie die Komplexität in der Customer Journey ganzheitlich und systematisch managen und dabei gleichzeitig sämtliche Touchpoints wirkungsorientiert beurteilen können.

## 13:45 Uhr Mystery-Shopping 2.0 - Einblicke in die Kundenreise

*Rainer Wilmers, Geschäftsführer, AC Süppmayer*

Kennen Sie die Kontaktstrategie Ihrer Lieblingsmitbewerber? Wie schnell erfahren Sie deren strategische Änderungen? Wir haben die Wettbewerbsanalyse neu erfunden und einfach gemacht. Erfahren Sie, wie Ihr Unternehmen aus Kundensicht bei Wettbewerbern am Ball bleibt, daraus lernt und alle Stakeholder in Ihrem Unternehmen einfach, strukturiert und sofort auf wichtige Erkenntnisse zugreifen.

# Online-Konferenz: AMC-Meeting Frühjahr 2021

Der Treffpunkt für Marketing und Vertrieb der Assekuranz - diesmal als Online-Konferenz.

## 14:00 Uhr **Das Experience Commission Modell von msg**

*Florian Vennemann, Business Consultant CX Strategy & Transformation, msg systems ag, Michael Isermann, Senior Business Consultant, msg systems ag*

Positive Kundenerlebnisse sind steuerbar! Incentivieren Sie Ihren Vertrieb auf Begeisterung.

## 14:15 Uhr **Experience oder Technologie? - Wer überleben will, muss beides haben**

*Ingo Gregus, Geschäftsführer, adesso experience GmbH*

Experience funktioniert in Zukunft nur mit sinnvoll orchestrierten Plattformen oder Technologien. Aber auch eine Plattform ohne passende Experience, ist eine Geldverbrennungsmaschine und schafft kein Erlebnis für die Kunden. Technologie und Experience sind wie Instrumente, die perfekt aufeinander abgestimmt und das gleiche Lied spielen müssen. Deshalb bringen wir als Dirigent die technischen Kompetenzen mit der perfekten Customer Experience in einen Einklang. So entsteht ein Musikstück, das jeden Kunden begeistert.

## 14:30 Uhr **Mit Erklärvideos die Customer Journey optimieren**

*Martin Nitsche, Geschäftsführer, Solveta GmbH*

Neue Kunden gewinnen, Cross-Selling intensivieren, den Kundenservice optimieren und sogar ehemalige Kunden zurückgewinnen: Erklärvideos helfen Versicherungsunternehmen die perfekte Customer Journey zu gestalten. Martin Nitsche zeigt Ihnen, wie Sie diese Strategie in die Praxis umsetzen und dabei sogar Geld sparen.

## 14:45 Uhr **Pause**

## 15:15 Uhr **Kundenzentrisches Versicherungsmarketing – wie gelingt die Transformation?**

*Thomas Hamele, Geschäftsführender Gesellschafter, BCM. Best Customer Management GmbH*

Innovations-Push, Smart Insurance, zunehmende Digitalisierung – die Transformation bei Versicherungen ist im vollen Gange! Wie stellen Sie sicher, dass Projekte und das „New Normal im Tagesgeschäft“ an den Erwartungen und Bedarfen ihrer Kunden ausgerichtet sind? Kundenzentrisches Versicherungsmarketing ist bereits jetzt der Schlüssel zum wirtschaftlichen Erfolg. Kundenbegeisterung ist dabei ein absolutes Muss!

## 15:30 Uhr **Das Marketing Potenzial von Transaktionsmails erschließen**

*Stefan von Lieven, CEO, artegic AG*

Ob Bestellbestätigungen, digitale Rechnungen oder Vertragsverlängerungen: Transaktionsmails machen einen signifikanten Anteil kommerziell versendeter E-Mails aus. Bei Nutzern genießen sie höchste Aufmerksamkeit, mit Öffnungsraten von teils über 80 Prozent. Doch viele Versicherer versenden noch immer lieblose Systemmails aus unflexiblen Backend-Systemen, nicht anpassbar, ohne Individualisierung, ohne Marketing Integration, mit teils fehlerhafter Darstellung. Dabei bieten Transaktionsmails zahlreiche Möglichkeiten, um sie für Marketing und Service zu nutzen. Wir zeigen, wie Sie das Potenzial Ihrer Transaktionsmails erschließen.

## 15:45 Uhr **Cross-Channel-Kommunikation: Wie ein virtueller Assistent aus einem Brief hüpft und Ihre Kunden begeistert**

*Dr. Gerhard Heide, Global Director - Market Strategy, Precisely*

Kunden erwarten heute einen schnellen und unkomplizierten Zugang zum Unternehmen. Kognitive Chatbot können hier helfen und zusätzlich die Customer Experience bereichern. Dies funktioniert auch über mehrere Kommunikationskanäle hinweg. Im Vortrag erfahren Sie, wie Sie smarte Chatbots bereit stellen können, ohne eine aufwendige Infrastruktur aufbauen zu müssen.

## 16:00 Uhr **Customer-Management 2.0: Wie Sie Kunden im Versicherungsbestand erfolgreich halten**

*Frank Baumgart, Senior Account Manager Insurance / Health DACH, informa Solutions GmbH part of Experian*

Heben Sie Ihr Customer-Management auf eine neue Ebene. Frank Baumgart zeigt, wie Sie wechselaffine Kunden im Bestand identifizieren.

## 16:15 Uhr **Ende der Vorträge des ersten Veranstaltungstages**

## 19:30 Uhr **Virtuelles Bier Tasting**

*präsentiert von Thomas Ötinger*

# Online-Konferenz: AMC-Meeting Frühjahr 2021

Der Treffpunkt für Marketing und Vertrieb der Assekuranz - diesmal als Online-Konferenz.

Online-Konferenz zum AMC-Meeting, 06.05.2021 - 2. Meeting-Tag



**Referenten (v.l.n.r.):** Dr. Frank Kersten, Stefan Raake, Juliane Czepak, Sascha Däsler, Nadine Opp, Dr. Wolfgang Kuckertz, Stefan Pohr, Meinert Jacobsen, Nina Henschel, Dr. Kim Lauenroth, Marcus Rex, Eric Schuh

## 09:00 Uhr Begrüßung

Dr. Frank Kersten & Stefan Raake, Geschäftsführer, AMC

## 09:15 Uhr Hybrider Vertrieb: Was das ist, wie HDI ihn nutzt und wieso auch Sie es versuchen sollten

Juliane Czepak, Senior CRM / CX Managerin, HDI, & Sascha Däsler, Partner, ppi.X

Wir befinden uns in einem ständigen Wettkampf: Der Finanzmarkt und die Zukunftsforscher treiben quasi täglich eine neue „Vertriebs-Sau“ durchs Dorf. Wir bei HDI machen es zusammen mit PPI wie die Jungs und Mädels von Nike: Just do it.

## 09:45 Uhr Hybride Kunden – Konsequenzen für Vertrieb und Marketing

Nadine Opp, Key Account Managerin, BSI Business Systems Integration Deutschland GmbH

Die Corona-Pandemie ist ein mächtiger Treiber für die Digitalisierung von Kundenbeziehungen, aber der Trend zeichnete sich bereits davor ab. Praktisch alle Versicherungskunden sind heute «hybrid» unterwegs und erwarten einen ausgezeichneten Service über alle Kanäle. Was bedeutet das für den Versicherungsvertrieb? In diesem Impulsvortrag spricht Nadine Opp von BSI über die Herausforderungen und Lösungsansätze.

## 10:00 Uhr DIN 77235 – Analyse von Geschäftskunden nach Norm

Dr. Wolfgang Kuckertz, Vorstand, Going Public! AG

Bislang fehlten in vielen Unternehmen Systeme, um den Absicherungsbedarf bei Gewerbekunden systematisiert zu erheben. Nun liegt ein Verfahren vor, das auf neutraler Basis durch den DIN e.V. erstellt wurde und jedem zugänglich ist. Dabei steht DIN nicht nur für Normierung sondern auch für Zuverlässigkeit und Integrität. Der Normentwurf wurde im Februar veröffentlicht und die finale Fassung wird voraussichtlich im Spätsommer verfügbar sein. Im Vortrag erhalten Sie bereits heute erste Informationen über die DIN 77235.

## 10:15 Uhr Digital Signage: So nutzen Ihre Vermittler die neuen Möglichkeiten der Kundenkommunikation am Point-of-Sale richtig

Stefan Pohr, Marketing Manager, BRANDAD Systems AG

Der gute alte Aufsteller hat ausgedient: Digital Signage-Systeme wie Schaufenster-Screens, Instore-TVs und Co. gehören heute zu einer modernen Agentur-Ausstattung dazu. Doch welche neuen Potenziale in der Kundenkommunikation vor Ort bietet Digital Signage? Wie können Vermittler diese voll ausschöpfen? Und was benötigen sie von ihren Markengebern dafür?

## 10:30 Uhr Praxistipps für die B2B-Leadgenerierung

Meinert Jacobsen, Founder, B2B Smart Data GmbH

Woher sollen während der Corona-Pandemie die B2B-Leads kommen? Und vor allem wie? Meinert Jacobsen zeigt, wie Versicherer ihre Vertriebseffizienz in Krisenzeiten steigern und systematisch mehr B2B-Leads mit hoher Abschlusswahrscheinlichkeit generieren können.

## 10:45 Uhr Pause

## 11:15 Uhr Aktuelle Herausforderungen in der Krankenversicherung

Nina Henschel, Mitglied des Vorstandes, R+V Krankenversicherung AG

Kommt die Bürgerversicherung? Im Wahljahr wird diese Frage sicher wieder intensiv diskutiert werden. Warum haben erst 5% der Deutschen eine Pflegezusatzversicherung? Die Branchenlösung Careflex Chemie, die erste betriebliche Pflegeversicherung für eine Branche, könnte hier eine Kehrtwende bedeuten. Wie hat sich der Bankenvertrieb in der Corona-Krise entwickelt? Und wie kann sich ein Versicherer zum Gesundheitspartner seiner Kunden entwickeln? Nina Henschel beschreibt in ihrem Vortrag Herausforderungen und Lösungsmöglichkeiten für die Branche.

# Online-Konferenz: AMC-Meeting Frühjahr 2021

Der Treffpunkt für Marketing und Vertrieb der Assekuranz - diesmal als Online-Konferenz.

**11:45 Uhr Digitales Design – ein notwendiger neuer Ansatz und ein neues Berufsbild**

*Dr. Kim Lauenroth, Chief Requirments Engineer, adesso SE*

Erfolgreiche Digitalprodukte erfüllen tatsächliche Nutzerbedürfnisse, erfüllen neu geweckte Bedürfnisse und nutzen das Potenzial innovativer Technologien. Die Anforderungen an Digitalprodukte im vornherein vollständig verstehen zu können, ist ein oftmals teurer Irrglaube. Agilität in der Entwicklung und der Einsatz von Standardlösungen sind notwendig.

**12:00 Uhr Digitale Ökosysteme als Game-Changer in der Versicherungswirtschaft**

*Marcus Rex, Vorstand, Hypoport SE*

Plattformgetriebene Geschäftsmodelle haben in den letzten Jahren die Kreditwirtschaft verändert. Offene Architekturen und der Marktzugang zu weiteren Produkten und Playern führten zu nachhaltigem Wachstum in der Bankenwelt. Auch die Versicherungswirtschaft kann auf den Erfahrungen und Technologien digitaler open architecture Lösungen aufsetzen und so eine erfolgreiche Zukunft gestalten.

**12:15 Uhr Ökosysteme: Wo steht die Assekuranz?**

*Eric Schuh, Deputy CEO & COO, ELEMENT Insurance AG*

Im Zeitalter der Digitalisierung sprechen wir zunehmend über Ökosysteme. Hier finden sich mehrere Unternehmen zusammen, um über - zunehmend digitale - Prozesse eine gemeinsame Wertschöpfung zu erzielen. Unternehmen kooperieren in Ökosystemen - und dennoch sind Ökosysteme mehr als Kooperationen. Was genau bedeutet die Zusammenarbeit in Ökosystemen für beteiligte Unternehmen? Wo steht die Assekuranz? Welche Auswirkungen hat es für Produktentwicklung, Marketing und Vertrieb, in Ökosystemen zu denken?

**12:45 Uhr Pause**



# Online-Konferenz: AMC-Meeting Frühjahr 2021

Der Treffpunkt für Marketing und Vertrieb der Assekuranz - diesmal als Online-Konferenz.

## 13:30 Uhr Virtuelle Workshops, Teil 1

### **Marketing-Reifegrad bei Versicherungen** (Thomas Hamele, BCM)

Die Workshop-Teilnehmer erörtern gemeinsam den aktuellen Stand im Marketing ihres Unternehmens. Sie bestimmen dabei die Herausforderungen und Pain Points, die sie aktuell wahrnehmen. Dies geschieht insbesondere vor dem Hintergrund der fortschreitenden Digitalisierung von Kundenbeziehungen und von innovativen Ansätzen im Customer Management. Anschließend lernen sie kennen, welche verschiedenen Dimensionen für ein kundenzentriertes Marketing wichtig sind und zusammenspielen müssen. Anhand eines Reifegradmodells lernen die Teilnehmer, wie sich das Reifegrad-Level im Marketing bestimmen lässt und führen anschließend anhand ausgewählter Fragen eine Einschätzung für ihr Unternehmen durch.

### **Chancen eines breiten Produktzugangs in AO und Maklervertrieb der Assekuranz** (Marcus Rex, Hypoport)

Ein breiter Marktzugang zu anderen Produktanbietern stärkt das Eigengeschäft und erweitert die Wettbewerbsfähigkeit des Vertriebs. Diese These wollen wir im Workshop diskutieren. Ziel ist es, mit den Teilnehmern zu besprechen, welche Chancen und Risiken in einer Öffnung der Vertriebe für andere Produktanbieter liegen und ob daraus in Zukunft neue Geschäftsmodelle entstehen können.

### **Von der Idee zur Customer Journey in 30 Minuten** (Nadine Opp, BSI)

Gemeinsam mit dem Innovationsteam von BSI werden die aktuellen Herausforderungen der Versicherungsbranche im Bereich Marketing und Sales erarbeiten. Wir definieren einen Use Case, der im Rahmen des Workshops mittels Customer Journey gelöst werden soll. Um die passenden Eckpunkte definieren zu können, schauen wir auf die Unterschiede zwischen Trigger-basierten und klassischen Marketing. Bereits nach 30 Minuten wollen wir eine fertig konfigurierte Story haben, die die Teilnehmer in Ihrem Unternehmen umsetzen könnten.

### **Für Ihren Erfolg auf LinkedIn: Der Live-Profilcheck** (Martin Nitsche, Solveta)

Mit über 740 Millionen Mitgliedern in rund 200 Ländern ist LinkedIn das einzige weltweite Soziale Netzwerk für den geschäftlichen Bereich. Sicherlich sind Sie auch persönlich schon auf LinkedIn. Doch ist Ihr Profil wirklich perfekt? In diesem Workshop erfahren Sie live, wie Sie Ihr LinkedIn-Profil optimieren können, und zwar anhand Ihres Profils und der Profile der Teilnehmer. Nutzen pur - und das kostenlos für Teilnehmer des AMC-Meetings!

## 14:15 Uhr Virtuelle Workshops, Teil 2

### **Workshop Vertriebssteuerung** (Torben Tietz, MSR)

Wie kann die Agenturentwicklung Agenturen wirksam dabei helfen, mehr Geschäft zu generieren? Diese Frage steht im Vordergrund des Workshops, bei dem anhand der fünf Erfolgsfaktoren für einen erfolgreichen Vertrieb über Pain Points, laufende Aktivitäten und Best Practices diskutiert wird. Die Teilnehmer bringen sich dabei aktiv ein und können das Ergebnis als Impuls für eigene Aktivitäten mitnehmen.

### **Praxistipps für die B2B-Leadgenerierung** (Meinert Jacobsen, B2B Smart Data)

Googlest du noch oder akquirierst du schon? Woher sollen während der Corona-Pandemie die B2B-Leads kommen? Und vor allem wie? Meinert Jacobsen diskutiert mit den Teilnehmern aktuelle Herausforderungen in der Lead-Generierung und zeigt praktische best-practice Ansätze, wie Sie das Konzept des digitalen Zwillinges umsetzen und LinkedIn effektiv nutzen können.

### **Digitales Bestandskundenmodell für unbetreute Privatkunden in Versicherungsunternehmen**

(Dr. Sebastian Grabmaier, JDC Group)

Problemstellung / Notwendigkeit eines Outsourcings, Rechtliche Rahmenbedingungen, GA/MFA/Makler/Tippgeber, Serviceangebot und -tiefe, Erfahrungen

### **Customer Journey Mapping** (Julia Bienas, adesso experience)

Eine Customer Journey Map ist ein visuelles Hilfsmittel, mit dem die gesamte Customer Journey eines Kunden detailliert wiedergegeben werden kann. Sämtliche Schritte des Kunden vom ersten Kontakt bis hin zur letzten Handlung und darüber hinaus sollen so analysiert werden, um einerseits positive Momente in der User Experience zu erkennen und auszubauen und andererseits negative Momente zu identifizieren und zu beheben. Customer Journey Mapping soll Akteuren eines Unternehmens helfen, sich in den Kunden hineinzuversetzen, um so das Kundenerlebnis zu verbessern. Dabei geht es nicht nur darum, wie der Kunde zu denken, sondern auch seine Gefühle, Motivationen und andere Einflüsse auf den Kaufprozess nachvollziehen zu können. Diese Kenntnisse gilt es bei der Gestaltung sämtlicher Produkte und Services zu berücksichtigen.

## 15:00 Uhr Ende des AMC-Meetings Frühjahr 2021