

Online-Konferenz: AMC-Meeting Herbst 2021

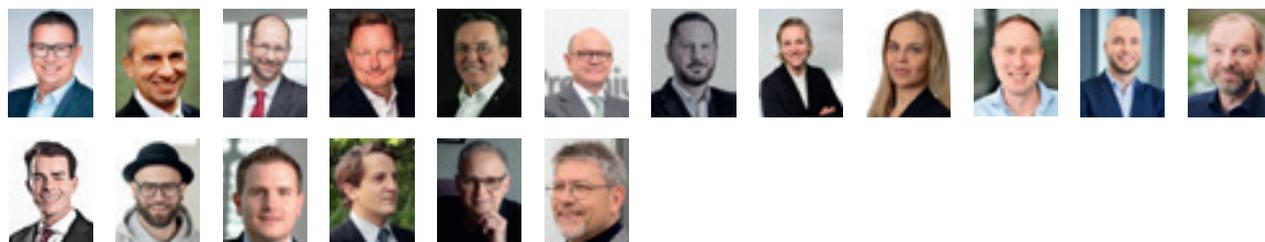
Der Treffpunkt für Marketing und Vertrieb der Assekuranz

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 **Best-Practice-Beispiele** unserer Dienstleistungspartner sowie **Gemeinschaftsvorträge** mit Versicherern.

An zwei Tagen erwarten Sie **über 20 Themen** rund um **Marketing und Vertrieb** der Versicherungswirtschaft. Zwischen den Vorträgen werden Sie ausreichend Zeit und Gelegenheit zum **Networking und Erfahrungsaustausch** haben. Hierzu gehen wir neue Wege und nutzen die deutsche **Networking-Plattform HyHyve**.

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

Online-Konferenz zum AMC-Meeting, 01.12.2021 - Erster Meeting-Tag



Referenten (v.l.n.r.): Dr. Frank Kersten, Stefan Raake, Prof. Dr. Matthias Beenken, Tim Groothedde, Dr. Klaus Möller, Claus-Dieter Gorr, Andreas Stollenwerk, Kristina Fries, Uta Niendorf, Jeroen van der Sman, Nicola Schmitz, Ingo Gregus, Dr. Wolfgang Kuckertz, John-Sebastian Komander, Florian Eck, Gero Reiniger, Ralf Krämer, Dr. Klaus-Peter Huber

08:30 Uhr Get together

09:00 Uhr Begrüßung

Dr. Frank Kersten & Stefan Raake, Geschäftsführer, AMC

09:15 Uhr Vermittlervertrieb nach der Bundestagswahl

Prof. Dr. Matthias Beenken, FH Dortmund, Mitglied im AMC-Beirat

Versicherungsvermittler wollen sowohl mit ihrer Beratungskompetenz als relevant für den Versicherungs- und Vorsorgevertrieb wahrgenommen werden als auch ihre gewohnten Vergütungsstrukturen verteidigen. Dabei gibt es immer noch deutliche Effizienzreserven zu heben, wie die Ergebnisse der BVK-Strukturanalyse 2020/2021 belegen. Der Honorarvertrieb dagegen verharrt in der Nische. In seinem Vortrag wird Prof. Dr. Matthias Beenken Herausforderungen und Handlungsoptionen für die Versicherer aufzeigen.

09:45 Uhr Erfahrungsaustausch

10:05 Uhr DIN 77235 – Das richtige Werkzeug zur richtigen Zeit

Tim Groothedde, Leiter Strategische Vertriebsprojekte Deutschland, Swiss Life Deutschland
Dr. Klaus Möller, Vorstand, Defino

Die DIN 77235 „Basis-Finanz- und Risiko-Analyse für Selbstständige und KMUs“ wurde im September 2021 veröffentlicht. Mit der Norm ist es gelungen, die große Komplexität der Welt der Geschäftskunden aufzulösen und den Zugang zum Thema durch die systematische Herangehensweise vom Allgemeinen zum Speziellen deutlich zu erleichtern. Die Referenten geben einen Einblick, wie Vermittler mit der neuen Norm im lukrativen Geschäftskundensegment unterstützt werden.

10:35 Uhr Erfahrungsaustausch

10:55 Uhr Produktentwicklung 2.0

Claus-Dieter Gorr, Geschäftsführender Gesellschafter, Premiumcircle

Im Vertrieb spielen Ratings eine wesentliche Rolle. Die Produktentwicklung orientiert sich häufig daran. Doch ist das im Sinne eines nachhaltigen Kundeninteresses? Gerade in den AVB der BU gibt es viele Unverbindlichkeiten. Hier bedarf es eines anderen Ansatzes, um das passende Produkt für den Kunden zu wählen.

Online-Konferenz: AMC-Meeting Herbst 2021

Der Treffpunkt für Marketing und Vertrieb der Assekuranz

11:10 Uhr **Kopplung der Vergütung an die Kundenzufriedenheit**

Andreas Stollenwerk & Kristina Fries, Vice Presidents XM Strategy & Transformation, msg systems

Ist die Kopplung der Vergütung an die Kundenzufriedenheit sinnvoll? Machbar? Eine Utopie? Im August hat msg zusammen mit dem AMC die Branche befragt. Andreas Stollenwerk und Kristina Fries berichten, wie die Branche das Thema sieht und welche Potenziale es zur Umsetzung gibt.

11:25 Uhr **Hybrid Sales Index – sind hybride Customer Journeys auch im Versicherungsvertrieb der Kundenalltag?**

Uta Niendorf, Managing Partner, Q_PERIOR

Die Hybridität aus analogen und digitalen Touchpoints ist in den Sales Journeys des Versicherungskaufs ein entscheidendes Thema. Die Studie Hybrid Sales Index© 2021 wirft einen ehrlichen Blick auf die Vertriebswege von fünfzehn relevanten Erstversicherern. Erfahren Sie, wie hybride Sales Journeys aktuell gestaltet sind und welche Optimierungspotenziale sich ergeben.

11:40 Uhr **Erfahrungsaustausch**

12:00 Uhr **ERGO Digital Factory: Innovationen erkennen und umsetzen**

Jeroen van der Sman, Leiter Digital Factory Steuerung & Methoden, ERGO

Digitalisierung bringt gleichzeitig Möglichkeiten und Herausforderungen mit. Mit der Digital Factory stellt ERGO die Weichen für das agile Arbeiten der Zukunft, eine Voraussetzung für Digitalisierung. Welchen Nutzen haben Kunden durch den Einsatz neuer Technologien und wie wirken sich digitale Innovationen auf die Arbeitswelt aus?

12:30 Uhr **Erfahrungsaustausch**

12:50 Uhr **Sustainability@Zurich - mit ökologischem Fußabdruck einen Schritt weiter**

Nicola Schmitz, Zurich, Head of Strategic Brand Marketing & Ingo Gregus, Geschäftsführer, adesso experience GmbH

Nachhaltigkeit wird bei der Zurich Versicherung groß geschrieben. Und das ist mehr als ein Lippenbekenntnis. Ein Ergebnis des ganzheitlichen Vorgehens ist die neue Planet Hero App. Gemeinsam mit adesso entwickelte die Zurich einen niedrigschwelligen, aber dennoch umfassenden Einstieg in die Welt der Nachhaltigkeit für Kunden und Interessenten.

13:20 Uhr **Nachhaltigkeit im Vertrieb**

Dr. Wolfgang Kuckertz, Geschäftsführer, GoingPublic!

Ist Nachhaltigkeit bei Finanzprodukten ein Thema? Wie passen hier Kundenwünsche und Produktangebote zusammen? Brauchen wir „grüne Vermittler“ und wenn ja, wie sehen diese genau aus?

13:35 Uhr **Mittagspause**

14:35 Uhr **Digitale Transformation: Herausforderungen für die Unternehmenskultur**

John-Sebastian Komander, Leading Change, Communications & New Work, Signal Iduna

15:05 Uhr **Erfahrungsaustausch**

15:25 Uhr **Verwandeln Sie Daten in Kundenerlebnisse**

Florian Eck, Senior Account Executive, & Gero Reinger, Senior Account Executive, Zelros

Erfahren Sie, wie Sie über verschiedene vernetzte Kanäle interagieren können, um Ihren Kunden ein echtes Omnichannel-Erlebnis zu ermöglichen. Die Daten aus den Kundeninteraktionen in den Kanälen werden genutzt, um ein flüssiges und personalisiertes Erlebnis über alle Kanäle hinweg sicherzustellen.

15:40 Uhr **Verwendung geographischer Informationen in der Versicherungswirtschaft**

Ralf Krämer, Senior Account Manager, Precisely

Die Raumdimension im Rahmen analytisch unterstützter Entscheidungsprozesse nimmt eine immer wichtigere Rolle ein. Geographische Daten und deren Auswertung haben sich zu einem festen Bestandteil innerhalb zentraler Versicherungsprozesse entwickelt. Der Vortrag zeigt exemplarisch Beispiele aus den Bereichen Risikobewertung, Vertrieb & Marketing und Schadenmanagement.

15:55 Uhr **Der analytische Uplift für Ihre Marketing-Aktionen: Exklusive, externe Daten**

Dr. Klaus-Peter Huber, Principal Consultant Advanced Analytics, Experian

Im Marketing der Versicherung geht es immer mehr darum, dem richtigen Kunden die richtigen Produkte anzubieten. Um dabei die Kosten zu reduzieren und den Nutzen zu maximieren, werden analytische Methoden und Plattformen eingesetzt. Größte Herausforderungen sind dabei die Daten und die schnelle Umsetzung der Modelle.

16:10 Uhr **Verleihung des AMC/OMGV-Awards und des AMC-Awards „Die Assekuranz im Internet“**

Désirée Schubert & Stefan Raake, AMC

Zum dritten Mal zeichnen AMC und OMGV den Versicherer aus, der Makler bei der digitalen Kommunikation am besten unterstützt. Und zum 25. Mal (!) werden die besten Websites der Branche präsentiert.

16:30 Uhr **Networking**

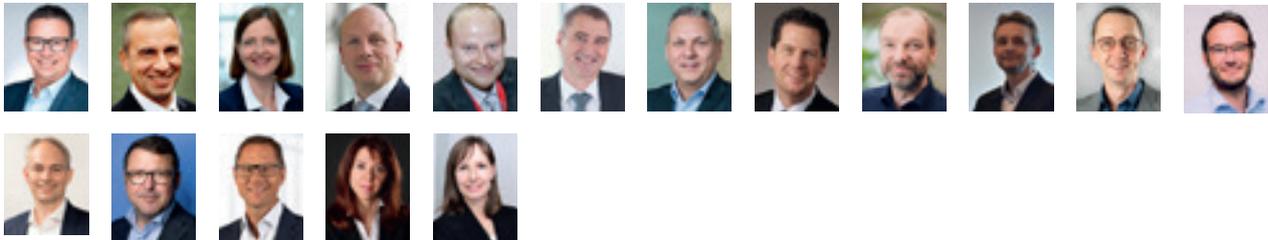
17:00 Uhr **Ende des ersten Veranstaltungstages**

19:30 Uhr **Treffen an der virtuellen Bar**

Online-Konferenz: AMC-Meeting Herbst 2021

Der Treffpunkt für Marketing und Vertrieb der Assekuranz

Online-Konferenz zum AMC-Meeting, 02.12.2021 - Zweiter Meeting-Tag



Referenten (v.l.n.r.): Dr. Frank Kersten, Stefan Raake, Petra Bissbort, Martin Nitsche, Andreas Förster, Thomas Schneider, Christian Buschkotte, Oliver Hechler, Ingo Gregus, Dr. Kim Lauenroth, Dr. Frank Termer, Christopher Schmitt, Torben Tietz, Christoph Spengler, Thomas Hamela, Christina Muschong, Daniela Sonntag

08:30 Uhr Get together

09:00 Uhr Begrüßung

Dr. Frank Kersten & Stefan Raake, Geschäftsführer, AMC

09:15 Uhr Einsatz von Erklärvideos im Kooperationsmarketing der HanseMerkur

*Petra Bissbort, Leiterin Kooperationsmarketing, HanseMerkur
Martin Nitsche, Geschäftsführer, Solveta*

Versicherungen werden verkauft, nicht gekauft. Gerade im Kooperationsmarketing können Erklärvideos helfen, auch komplexe Produkte so einfach zu erklären, dass Partner wie Kunden sofort verstehen, welchen Nutzen sie daraus ziehen können. Petra Bissbort und Martin Nitsche zeigen an vielen Beispielen auf, wie die Customer Journey im Kooperationsmarketing mit Erklärvideos optimiert werden kann.

09:45 Uhr Erfahrungsaustausch

10:05 Uhr Kommunikation in Ökosystemen zur Kundenbindung und Kundengewinnung

Andreas Förster, Senior Berater, Comlab

Zahlreiche Unternehmen setzen auf den gemeinsamen Vertrieb eines neuen Produkts oder einer neuen Dienstleistung über unterschiedliche Kommunikationskanäle. Besonders Marketing-Verantwortliche stehen damit vor neuen Herausforderungen. Denn in der Kommunikation entstehen neue Prozesse, neue Technologien und strukturelle Veränderungen. In diesem Vortrag erfahren Sie mehr über „Ökosysteme in der Nusschale“.

10:20 Uhr Eine smarte Plattform: Kernstück erfolgreicher Digitalisierungsstrategien

Thomas Schneider, Geschäftsführer, inovoo

Der Einsatz einer intelligenten Plattform schafft die technischen Voraussetzungen zur Prozessautomatisierung und zum system- und partnerübergreifenden

Datenaustausch. Thomas Schneider stellt vor, wie eine Datendrehscheibe als flexible Basisplattform für den Digitalisierungsprozess integriert werden und so die gesamte IT-Landschaft nachhaltig modernisiert und auf die Anforderungen moderner Ökosysteme vorbereitet werden kann.

10:35 Uhr Erfahrungsaustausch

10:55 Uhr andsafe: Vom traditionellen Versicherer zum digitalen Startup

Christian Buschkotte, Managing Director, andsafe

Ein Startup mit fast 300 Jahren Erfahrung im Rücken: Der digitale Versicherer andsafe zeigt, wie die digitale Transformation ‚auf der grünen Wiese‘ gelingen kann. Als Unternehmen der Provinzial Holding steht andsafe für kundenorientierte und einfach zu verstehende Versicherungslösungen. Christian Buschkotte zeigt, welche Herausforderungen und Vorteile in der Ausgründung eines digitalen Startups liegen.

11:25 Uhr Erfahrungsaustausch

11:45 Uhr Blick unter die Motorhaube: Wie Marketing Automation und Personalisierung wirklich funktioniert - eine Livedemo zur Wiederanlage

*Oliver Hechler, Geschäftsführer Deutschland, BSI
Ingo Gregus, Aufsichtsratsvorsitzender, PBM Personal Business Machine AG*

CRM, Automatisierung, Customer Journeys und exzellente Customer Experience. Das sind die Themen, mit denen sich alle Versicherer derzeit beschäftigen. Wenn es aber dann um die konkrete Umsetzung geht, zeigen sich am Markt noch nicht viele Lösungen, die alle diese Dinge direkt verbinden. adesso experience und BSI zeigen Live, wie Automatisierung und Personalisierung am Beispiel der Wiederanlage funktioniert.

Online-Konferenz: AMC-Meeting Herbst 2021

Der Treffpunkt für Marketing und Vertrieb der Assekuranz

12:00 Uhr Neue Berufsbilder in der Assekuranz: Digital Designer, Digital Engineers und Data Scientists

Dr. Kim Lauenroth, Adesso

Dr. Frank Termer, Bereichsleiter Software, BITKOM e.V.

Die Nutzung von Daten ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor für jedes Versicherungsunternehmen. Während Daten traditionell isoliert genutzt werden, wird in Zukunft das Teilen von Daten in Ökosystemen eine wesentliche Rolle spielen. Dafür benötigen Versicherungen den „weiteren“ Blick und auch neuen Fähigkeiten im Unternehmen.

12:15 Uhr Mittagspause

13:00 Uhr CXM@INTER: Auf dem Weg zur lernenden Organisation und wie Kundenfeedback dabei hilft

Christopher Schmitt, CX-Manager, Projektleitung CXM, INTER

Torben Tietz, Geschäftsführender Partner, MSR Consulting Group

Christopher Schmitt und Torben Tietz stellen vor, wie das Customer Experience Management Programm der INTER für Mobilisierung sorgt, indem es den Kunden in den Mittelpunkt stellt. Sie berichten über die Herausforderungen beim Aufbrechen von Silos und gelerntem Verhalten. Ebenso stellen sie dar, wie sich durch faktenbasiertes Management gepaart mit anekdotischen und greifbaren Beispielen eine Dynamik in Denken und Handeln von Individuen und Organisation entwickelt.

13:30 Uhr Erfahrungsaustausch

13:50 Uhr Wie Sie Customer Journeys validieren und Schlüssel-Touchpoints identifizieren

Christoph Spengler, Geschäftsführer, Accelerom

„Was sind Ihre zehn wichtigsten Touchpoints?“ Bei der Beantwortung dieser Frage klafft zwischen Innensicht und Aussensicht häufig eine grosse Lücke. Eine

externe Validierung der Touchpoints sowie eine algorithmusbasierte Optimierung ermöglicht es, die sich bietenden Erfolgspotenziale in der Marktbearbeitung gezielt zu erschliessen.

14:05 Uhr Tool-Auswahl im Customer Experience Management

Thomas Hamele, Geschäftsführer, BCM

Die Auswahl passender CxM-Tools ist eine Grundvoraussetzung für Kundenbegeisterung und Erfolg in der Assekuranz. Im Vortrag stellen wir Ihnen anhand eines Projektbeispiels die Bedeutung und Methodik zur Auswahl der passenden CxM-Tools vor. Mit unserem „Return on Ignorance“-Ansatz geben wir Ihnen noch einen Ausblick, welche Konsequenzen Inaktivität und veraltete bzw. die Auswahl „unpassender“ Tools nach sich ziehen.

14:20 Uhr Erfahrungsbericht Württembergische Gemeinde-Versicherung a. G.: DSGVO-konforme Endkunden-Kommunikation per E-Mail

Christina Muschong, Koordinatorin Online Marketing, Württembergische Gemeinde-Versicherung a. G.

Daniela Sonntag, Leiterin Projekt- und Produktmanagement, AGNITAS AG

Mit Einführung der Datenschutzgrundverordnung im Mai 2018 wurde die Kundenkommunikation auf ein neues Level gehoben. Die neuen Reglementierungen wurden damals von vielen Unternehmen als Beschränkungen für Marketing und Vertrieb wahrgenommen. Die Referenten schildern, wie die WGV Versicherung die Verordnung konsequent zum beiderseitigen Nutzen für Kunden und Unternehmen umgesetzt haben und welche Erfahrungen die WGV Versicherung dabei gemacht hat.

14:50 Uhr Verabschiedung und Networking

15:30 Uhr Ende des AMC-Meetings Herbst 2021

