

(/)

## blau direkt: Makler für App digitalisiert

15.09.2015 | Buschfunk (buschfunk-archiv/) von blau direkt

Mitteilen

### **blau direkt verrät weitere Details zur geplanten App. Darunter auch ein revolutionärer Ansatz zur Digitalisierung von Maklern.**

„In der Regel versprechen Versicherungs-Apps der neuen FinTech-Szene im Wesentlichen eine Selbstverwaltung der eigenen Verträge“, erläutert Oliver Pradetto, Marketingspezialist von blau direkt. „Uns geht es jedoch darum den Makler in die Hosen- bzw. Handtasche seiner Kunden zu bringen.“

Um das zu erreichen, setzt blau direkt auf eine Digitalisierung des Maklers. Auf der aktuellen Roadshow des Unternehmens werden Makler verfilmt und die Filme anschließend digital veredelt. Der Lübecker Pool gewinnt damit die Werkzeuge, um Kunden auch in der digitalen Sphäre emotional an ihre Vermittler zu binden. Lädt sich ein Bestandskunde die App herunter, so erkennt das System zu welchem Makler der Kunde gehört.

Der Makler erhält eine Benachrichtigung und kann fortan gezielt Kontakt zum Kunden aufnehmen. Alle Notifications erhält der Kunde dann personalisiert von dem für ihn verantwortlichen Mitarbeiter des Maklers. Das System setzt dabei gezielt die vom Makler produzierten Filme ein. So gelingen emotionale Botschaften. Zu diesen gehören Geburtstagsgratulationen, ein Ostergruß oder auch weihnachtliche Wünsche in denen der Makler als digitale Variante seiner selbst auf dem Handy des Kunden aufscheint.

Ruft der Kunde in der App die Vergleichsrechner auf, so erhält er zu jeder Sparte die Möglichkeit sich in kurzen Spielfilmen die wichtigsten Erklärungen zu den Produkten geben zu lassen. Erstmals wird neben dem Preis damit auch ein Beratungsangebot gemacht. Selbst wenn der Kunden einen Tarif seiner Wahl gefunden hat, kann er sich zu den meisten Tarifen noch einen kurzen Film mit den Produkt-HighLights anschauen.

Dazu arbeitet blau direkt seit Mai 2015 mit vielen Versicherern zusammen, um die jeweiligen Produkte optimal darzustellen. „Für viele Versicherer ist diese Art der Kundenkommunikation noch Neuland.“ erzählt Lars Drückhammer, Chefeinkäufer bei blau direkt. „Wir zwingen niemanden mitzumachen. Nach und nach wird unseren Versicherungspartnern jedoch klar, dass der Umsatz schon sehr bald wegbreicht, wenn die Produkte nicht am Point of Sale kommuniziert werden.“

blau direkt setze mit der neuen App vor allem auf den Servicegedanken, um bestehende Kunden

zu

binden und begeistern. Dennoch ließen sich mit der App auch Neukunden gewinnen. In diesem Falle setze die App darauf so früh und emotional wie möglich den Kontakt von der reinen Technik auf die persönliche Ebene zu bringen. Zu diesem Zweck würde jeder neue Kunde persönlich von seinem digitalisierten Makler begrüßt.