

Neodigital gewinnt blau direkt für White-Label-Modell

mittelstandcafe.de/neodigital-gewinnt-blau-direkt-fuer-white-label-modell-1610357.html

May 14, 2018

Neunkirchen, 14. Mai 2018 – Die neue Neodigital Versicherung AG gewinnt bereits zwei Wochen nach dem Marktstart den Versicherungsmaklerpool blau direkt als White-Label-Vertriebspartner. Damit setzt blau direkt eine eigene, individuell angepasste Produktlinie um. Die Versicherungsprodukte werden den angeschlossenen Maklern und Vertrieben unter dem Namen „blackstar“ bereits zur Vermarktung angeboten.



Stephen Voss, Vorstand Vertrieb und Marketing der Neodigital Versicherung AG: „Mit blau direkt ziehen wir im Bereich der Digitalisierung an einem Strang. Beide Unternehmen stellen sich den digitalen Herausforderungen und verfügen über die notwendige digitale DNA. Die Prozessoptimierung und Normierung der Datenstandards stehen für beide Unternehmen an vorderster Stelle. Wir haben uns sehr gefreut, mit einem solch innovativen Maklerpool unsere White-Label-Lösung erfolgreich umsetzen zu können.“

Neodigital entwickelt als Risikoträger mit Hilfe eines modularen Produktbaukastens individuelle Versicherungslösungen für große Vertriebspartner. Die automatisierte, digitale Versicherungsfabrik wird hierzu als Plattform zur Verfügung gestellt. Der eigens von Neodigital entwickelte Produkt-Konfigurator ermöglicht dabei die Gestaltung einer individuellen und zielgruppenspezifischen Versicherungslösung und eine optionale White-Label-Lösung für die Vermarktung unter eigenem Markennamen.

„Mit Neodigital haben wir einen Versicherer neuen Typs an Bord, der unsere Überzeugung im Bereich der ganzheitlichen Optimierung von Prozessen und Produkten teilt“, erläutert Lars Drückhammer, Mitgründer und Geschäftsführer der blau direkt GmbH & Co. KG. „Mit unserer eigens gestalteten Produktlinie ‚blackstar‘ werden wir sowohl den Bedürfnissen unserer Kunden als auch den Anforderungen unserer angeschlossenen Makler gerecht. Sie erzielen erhebliche Zeitersparnisse in der Administration, die aus der Prozessoptimierung im gesamten Vermittlungsverfahren resultieren, und können die freiwerdenden Ressourcen für die Betreuung ihrer Kunden nutzen“, so Drückhammer weiter.

 [powered by plista](#)