

VERSICHERUNGEN

Nur das, was zählt – innovative und digitale Versicherungslösungen bei Adam Riese



Bei der Verleihung des Assekuranz Awards 2022 konnte Adam Riese die Jury in der Kategorie Marketing überzeugen. Als Digitalmarke der Württembergischen Versicherung bietet der Assekuradeur innovative und leicht verständliche Versicherungsprodukte. Christian Heß, CMO bei Adam Riese, zeigt, wie Adam Riese mit einer digital orientierten Marketingstrategie die Bedürfnisse von Kundinnen und Kunden sowie Vertriebspartnerinnen und -partnern ins Zentrum der Marke stellt

„Nur das, was zählt“: Mit dieser Kernaussage fokussiert sich Adam Riese auf das Wesentliche – sowohl für die Endkundinnen und -kunden als auch für die Vertriebspartnerinnen und -partner, die den Dreh- und Angelpunkt der Marketingstrategie darstellen.

Doch was bedeutet das, was zählt, für Adam Riese? Produkte, die exakt auf die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden abgestimmt sind. Lösungen, die Maklerinnen und Makler in ihrem Tagesgeschäft effektiv unterstützen.

„Wir möchten die Komplexität des Marktes beherrschbar machen“, sagt Christian Heß zum Konzept des Assekuradeurs. „Gleichzeitig möchten wir unseren Vertriebspartnerinnen und -partnern schnelle und unkomplizierte Lösungen anbieten.“

Für Maklerinnen und Makler soll der Arbeitsalltag so einfach wie möglich gestaltet werden, zum Beispiel indem digitale Prozesse die Angebotserstellung vereinfachen und die Claims Journey optimieren. Durch die Nutzung standardisierter BiPROSchnittstellen ist eine schnelle und effiziente Anbindung von Vertriebspartnerinnen und -partnern möglich. Es wird außerdem eine Möglichkeit geschaffen, Maklerprozesse komplett digital abzuwickeln.

Nah am Makler? Das leisten auch Online- Services über Plattformen wie Digidor und Profino. Newsletter und Kampagnen liefern aktuelle Produktinformationen, spezielle Schulungen vermitteln Detailwissen zur eigenen Produktpalette. Außerdem möchte der Assekuradeur Plattformen wie LinkedIn verstärkt als Informationsmedium nutzen, um die eigenen Zielgruppen über Aktuelles rund um das Adam-Riese-Portfolio zu informieren – kurz, bündig und informativ zu dem, was zählt.

CHRISTIAN HESS



Tags: Kernaussage, Komplexität, Marketingstrategie, Produktpalette, Tagesgeschäft

14. September 2023

f.kelling

Guided Content

Guided Content ist ein crossmediales Konzept, welches dem Leser das Vergleichen von Finanzprodukten veranschaulicht und ein fundiertes Hintergrundwissen liefert.

-> Die Ausgaben im Überblick



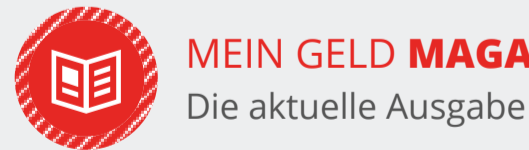
MEIN GELD NEWSLETTER. Melden Sie sich für unseren 14-tägigen Newsletter an. zur Newsletteranmeldung



ONE-ON-ONE - KURZINTERVIEWS Hidden Champions Tour 2025: Mein Geld Medien im Interview mit Matthias Schäfer / SARA

Wie können sich Fondsboutiquen gegen die großen internationalen Fondsgesellschaften durchsetzen?

zum Video | alle Videos



Mein Geld 04 | 2025

Die Zeitschrift Mein Geld - Anlegermagazin liefert in fünf Ausgaben im Jahr Hintergrundinformationen und Nachrichten aus den Bereichen Wirtschaft, Politik und Finanzen.

zur Ausgabe | alle Ausgaben

MeinGeld ONLINE

- Investmentfonds, Sachwerte / Immobilien, Berater, Versicherungen, Wirtschaft, Opinion Leaders, Nachhaltigkeit, Ikonen der Finanzindustrie, Lifestyle, Interviews, Editorial

MeinGeld Magazin

- Anlegermagazin, Guided Content, Sonderpublikationen, ETF-News, ESG Impact Investing

MeinGeld TV

- Frankfurter Kreis, One-on-One

Mehr von MeinGeld

- Über uns, Kontakt, Newsletter, Mediadaten, Autoren, Impressum, Datenschutzerklärung, AGB

