

# Persönlich, aber online – so unterstützt die ALTE LEIPZIGER - HALLESCHE ihre Vertriebspartner

## DIE SUCCESS STORY

Der ALTE LEIPZIGER – HALLESCHE Konzern rollt die Videoberatung auf unterschiedlichen Vertriebswegen aus. Durch den Einsatz von flexperto werden pro Beratung bis zu 100 € gespart.

Um auch in Zukunft einer der **führenden Versicherungsanbieter in Deutschland** zu bleiben und seine Marktanteile sogar zu erhöhen, verfolgt der traditionsreiche Versicherer eine konsequente Multikanal-Strategie. Das Unternehmen ergänzt die Beratung vor Ort mit einer digitalen Kommunikationsplattform. So begegnen die Vermittler den Kunden dort, wo Expertise und Beratung heute gesucht werden: online.

Mit **flexperto** hat der ALTE LEIPZIGER – HALLESCHE Konzern eine Lösung gewählt, mit der keine Kompromisse eingegangen werden. Von hochwertiger und persönlicher Beratung bis zum Abschluss von Verträgen: alles online, alles ohne zusätzliche Downloads oder Installationen. Damit wird einerseits dem **Bedürfnis des Kunden** nach digitalen Kommunikationsangeboten entsprochen, gleichzeitig kann der Vermittler **innovativ und effizient** beraten und verkaufen.



*“Ziel war es, eine technische Möglichkeit dafür zu schaffen, unsere Beratungsgespräche online führen zu können – persönlich, aber eben nicht an einem Tisch!”*

”

**Dirk Hergesell**  
Leiter Vertrieb  
ALTE LEIPZIGER –  
HALLESCHE

#### **UNTERNEHMEN**

ALTE LEIPZIGER - HALLESCHE Konzern

#### **INDUSTRIE**

Versicherungen

#### **GRÖSSE**

Rund 3000 Mitarbeiter

#### **VORTEILE**

- Bis zu 100 € Einsparung pro Beratung
- Höhere Termindichte
- Hohe Kundenzufriedenheit

## **Digitalisierung gemeinsam mit einem agilen Partner**

Die Digitalisierung hat bestehende Gesetze für Unternehmen neu geschrieben. Unternehmen müssen immer schneller und flexibler **auf veränderte Kundenbedürfnisse reagieren**, Geschäftsmodelle stehen rascher auf dem Prüfstand, müssen überarbeitet oder ganz neu gedacht werden. Der ALTE LEIPZIGER – HALLESCHE Konzern hat das verstanden. Dank der gelebten Bereitschaft des Unternehmens, sich neuen Herausforderungen offen zu stellen und auch mit unbekanntem aber innovativen Playern am Markt auf Augenhöhe zu agieren, konnte mit flexperto schnell ein Partner für die neuen Anforderungen im Bereich **digitale Kundenkommunikation** gefunden werden. Mit dem Partner wurde schnell ein erstes Pilotprojekt umgesetzt. Dabei waren die Anforderungen an eine mögliche Lösung bereits im Vorfeld klar definiert:

*“Unser wichtigstes Entscheidungskriterium war die Digitalisierung des gesamten Beratungsprozesses – und nicht nur einiger Teilschritte. Besonders die strenge Einhaltung von Datenschutz und die einfache, zukünftige Anbindung an andere Systeme mussten gewährleistet sein”,* beschreibt Hergesell.

## Die Entscheidung für flexperto

Die Kommunikationsplattform der flexperto GmbH erfüllt diese Anforderungen. Die Software digitalisiert den gesamten Beratungsprozess unter Einhaltung der deutschen Datenschutzbestimmungen. Die Plattform aggregiert sämtliche Funktionen, die der Berater von einem Termin vor Ort kennt und schätzt, unter einem Dach. Dazu gehören beispielsweise die **Online-Terminvereinbarung, persönliche Kommunikation über Videochat oder die Möglichkeit, Bildschirmhalte mit dem Gegenüber zu teilen**. Darüber hinaus können Dokumente gemeinsam angesehen und bearbeitet werden sowie Schaubilder auf einem Whiteboard erstellt und erklärt werden. Auch der Abschluss eines Vertrages erfolgt online dank der elektronischen Signatur, auf Wunsch direkt im Anschluss an die Beratung. So gelangen Kunde und Berater online ohne umständliche Medienbrüche vom ersten Gespräch bis zum Abschluss.

Trotz Funktionsvielfalt sollte die Lösung einfach zu nutzen sein, um die Ansprüche der Kunden zu erfüllen: *“Die technischen Hürden mussten für Kunden und Berater so niedrig wie möglich sein. Internetverbindung, Webcam und Mikrofon sollen auf beiden Seiten genügen”*, ergänzt Hergesell. Zu diesen niedrigen Hürden trägt bei, dass **keine zusätzlichen Programme oder Plugins installiert werden müssen**, um eine Onlineberatung zu starten. Ein gängiger Internetbrowser reicht aus.

Der Einsatz der Plattform erfüllt die Wünsche der Kunden nach zusätzlichen digitalen Kommunikationsangeboten ihres Versicherers. Gleichzeitig wird die persönliche Form der Onlineberatung über Videokommunikation den hohen Ansprüchen des Konzerns an vertrauensvolle und individuelle Beratung gerecht. Währenddessen profitiert das Unternehmen von optimierten Zugangswegen zu Kunden, einer deutlichen Effizienzsteigerung im Vertrieb über schnellere Wege ins Kundengespräch und zum Abschluss ohne jegliche Anfahrten. Hergesell blickt voraus:

*“Wir verändern aktuell die Art und Weise, wie Versicherungsprodukte vertrieben werden. Indem wir umfassende Onlineberatung mit einem Videochat anbieten, kombinieren wir digitale Effizienz mit persönlicher Beratung“.*

Was sagen  
unsere Nutzer?  
Ein Erfahrungsbericht



### GRÜNDE FÜR FLEXPERTO

- Digitalisierung des gesamten Beratungsprozesses
- Hohe Anforderungen an Datenschutz und IT-Sicherheit
- Minimale technische Voraussetzungen für Berater und Kunden

## Mit umfassender Betreuung zum erfolgreichen digitalen Vertrieb

Auch wenn bei Digitalisierungsprojekten viel über Technologien gesprochen wird, werden sie nur zum Erfolg, wenn das Unternehmen auch die Mitarbeiter, die die Technologien nutzen sollen, aktiv mit einbezieht. Für diesen „**Change Management**“ Prozess hat die ALTE LEIPZIGER – HALLESCHER daher richtigerweise eine digital affine Projektleitung eingesetzt, welche die Vermittler eng begleitet. So wirkte flexperto nicht als reiner Softwarelieferant, sondern als **Full-Service-Dienstleister** für die Einführung eines neuartigen und innovativen Vertriebs- und Servicekanals.

Um optimales Onboarding zu gewährleisten, wurde die neue Plattform in einem mehrstufigen Prozess eingeführt, der sich bei flexperto zu einem Standard entwickelt hat.



### Vorbereitungsphase (Monat 1 – 2)

In der Vorbereitungsphase wird die Einführung einer neuen Plattform organisiert. Gemeinsam werden Herausforderungen im Vertrieb und Unternehmen identifiziert, Einsatzszenarien konzipiert und Lösungen entwickelt. Die Definition klarer Ziele und geschulter Testgruppen macht die Adaption einer neuen Software einfach.



### Vorbereitungsphase (Monat 3 – 5)

In der Einführungsphase nutzen die Vertriebsmitarbeiter in Testgruppen die neue Software. Schulungen und Workshops vor Ort erleichtern den Einstieg, Nutzungsberichte werden analysiert und festgehalten. Gewonnene Erkenntnisse helfen dabei, Prozesse weiter zu optimieren. Die flexperto Plattform wird durch die enge Abstimmung kontinuierlich auf die konkreten Anwendungsfälle hin ausgerichtet. Das Konzept für den Rollout wird erarbeitet, um einen nahtlosen Übergang zu gewährleisten.



### Erweiterung der Nutzerbasis

Nachdem die Plattform optimal auf Anwendungsfälle und Nutzungsszenarien abgestimmt ist, wird die Nutzerbasis innerhalb der Ausschließkeitsorganisation erhöht und die Plattform noch tiefer in die bestehenden Prozesse integriert.



### Erweiterung der Anwendungsfälle

Nach den guten Ergebnissen innerhalb der Ausschließkeitsorganisation will die ALTE LEIPZIGER – HALLESCHER nun auch Maklern eine kostengünstige Möglichkeit bieten, Videoberatung als zusätzlichen Beratungs- und Vertriebskanal zu nutzen.

## Weniger Kosten pro Beratung

Durch den Einsatz von flexperto konnten die Vertriebspartner der ALTE LEIPZIGER – HALLESCHE vor allem die Anfahrtswege zum Kunden und damit die Vertriebskosten spürbar verringern. Einsparungen von bis zu 100 € pro Beratung waren das Ergebnis. Multipliziert mit der Anzahl der Beratungen pro Monat, zeigte sich das große Potenzial der Videoberatung von flexperto.

## Mehr Beratungstermine

Der noch größere Hebel in der Rentabilität von flexperto waren jedoch die Opportunitätskosten. Denn dank der eingesparten Anfahrtswege blieb den Vertriebspartnern viel mehr Zeit für die Betreuung von Bestands- und Neukunden. Ein Beispiel: Bei einer Anfahrt von 30 Minuten pro Kunde verbringen Vermittler schnell ein bis zwei Stunden pro Tag im Auto. Durch die Einsparung der Anfahrtswege kann die Termindichte deutlich gesteigert werden.

## Langfristige Kundenbeziehungen online aufgebaut

Insbesondere bei langjährigen Beziehungen zwischen Vermittler und Kunde ist die Akzeptanz der Videoberatung sehr hoch. Nicht zuletzt auch durch die geringen technischen Hürden von flexperto wurde die Videoberatung über alle Altersgruppen hinweg und für alle Produktgruppen genutzt. Klassische Vorurteile, dass ältere Generationen (50+) sich eher nicht für diese Beratungsform begeistern würden oder beratungsintensive Gespräche unbedingt vor Ort stattfinden müssen, konnten nicht bestätigt werden. Gleich während der Pilotphase wurde eine Private Krankenversicherung verkauft und sogar Bestandskunden in Seattle (USA) persönlich beraten.

Für die ALTE LEIPZIGER – HALLESCHE sind digitale Kommunikationswege für die Betreuung von Kunden daher eine unbedingt notwendige Zukunftsinvestition. Hergesell ist überzeugt:

*“Wer seinen Kunden kein entsprechendes Angebot machen kann, begibt sich in Gefahr, sie zu verlieren”.*

Ergebnis:  
**Weniger Kosten –  
Begeisternder Service.**

**JETZT TESTEN ►**

**flexperto**