



HEUTE UND MORGEN

MARKTFORSCHUNG • BERATUNG

Inkl. Branchenanalyse

- ▶ Dienstleistungen
- ▶ Handwerk/Baugewerbe
- ▶ Handel

Zielgruppen-Insights: Firmenkunden (unter 10 Mitarbeitern) **Erfolgreiche Produkt-, Vertriebs- und Kommunikationsstrategien für Versicherer**

Fragen brauchen Antworten!

Das Firmenkundengeschäft wird von Vermittlern als Wachstumsfeld ausgemacht und dementsprechend groß ist der Wettbewerb. Von den 3,7 Millionen in Deutschland ansässigen Unternehmen fallen 3,3 Millionen in die Gruppe der Kleinunternehmen (Unternehmen unter 10 Mitarbeitern).

Wir liefern Ihnen mit dieser Studie die Antworten auf die erfolgsrelevanten Fragestellungen für den Versicherungsvertrieb in der Zielgruppe der Kleinunternehmen!

Was sind die zentralen Ängste und Sorgen von Kleinunternehmen?

Welche Unterschiede gibt es zwischen den wichtigsten Branchen Bau/Handwerk, Handel und Dienstleistern?

Welche Services wünschen Kleinunternehmer?

Mit welchen Produktlösungen kann man sich vom Wettbewerb abheben?

Welche Rolle spielt die Digitalisierung im Firmenkundengeschäft

Wie informieren sich Kleinunternehmer zu Versicherungen?

Wir liefern Grundlagen für Ihren Vertriebs Erfolg!



Die Studie «**Zielgruppen-Insights: Firmenkunden (unter 10 Mitarbeitern)**» ist konsequent darauf ausgerichtet, konkrete Empfehlungen für das zukünftige Firmenkundengeschäft herauszuarbeiten. Die Ergebnisse zeigen nicht nur Potenziale auf, sondern unterstützen Sie auch in der konkreten Entwicklung von Vertriebsmaßnahmen!



Insgesamt werden **Eigentümer/Geschäftsführer von 322 Kleinstunternehmen** (Unternehmen mit weniger als 10 Mitarbeitern) befragt. Zur Ableitung von Zielgruppenpotenzialen und zielgruppengerechten Produkt- und Vertriebskonzepten werden die Branchen Dienstleistungen, Handel und Handwerk/Bau getrennt analysiert.



Neben der quantitativen Befragung von Eigentümern/Geschäftsführern von 322 Kleinstunternehmen werden im Rahmen von **2 Fokusgruppen Ideen und Lösungen für zukünftige Produkt-, Vertriebs- und Kommunikationskonzepte** für die Zielgruppe der Kleinstunternehmen diskutiert.

Studieninhalte (Auszug)

Die Zielgruppe verstehen

- ▶ Welche Ängste und Sorgen haben Kleinunternehmer? Welche Eintrittswahrscheinlichkeit misst man verschiedenen Risiken zu? Welche Implikationen hat dies für die Versicherungsgestaltung?
- ▶ Welche Erfahrungen hat man mit Versicherungen gesammelt? Welche Vorbehalte gibt es? Wie geht man mit dem Thema Versicherungen um?

Wie sich die Zielgruppe versichert

- ▶ Über welche Wege informiert man sich zu Versicherungen?
- ▶ Was sind die wichtigsten Entscheidungskriterien beim Abschluss? Welche Gesellschaften hält man für gute Gewerbeversicherer?
- ▶ Welche Versicherungen wurden bisher abgeschlossen? Welche Versicherungen plant man abzuschließen?

Welche Produktkonzepte zukünftig Erfolgspotenzial haben

- ▶ Wie werden verschiedene Produktideen eingeschätzt? (Bausteintarife, Kombischutz Privat/Gewerbe, Cyber-Risiken)?
- ▶ Wie können Versicherungen für Firmenkunden flexibler und attraktiver werden?
- ▶ Welche Rolle spielen reine Online-Tarife?
- ▶ Wie attraktiv sind Kredite und Finanzierungen über Versicherungsgesellschaften?

Welche Services und Informationen gewünscht werden

- ▶ Welche Rolle spielen Online-Services wie Kundenportale, Onlineberatung etc. im Firmenkundengeschäft?
- ▶ Welche Informationen möchten Firmenkunden erhalten und über welche Wege (Newsletter, Kundenmagazin etc.)? Welche Themen sind für Firmenkunden interessant?

Studienablauf und Methodik

Quantitative Onlinebefragung

- ▶ Erhebungsform: Onlinebefragung in einem Verbraucherpanel
- ▶ Interviewdauer: Ø ca. 15 Minuten
- ▶ Befragungszeitraum: Juni/Juli 2015
- ▶ Befragt wurden 322 Eigentümer/Geschäftsführer von Kleinunternehmen mit bis zu 9 Mitarbeitern.
- ▶ Ca. 75% aller Unternehmen in diesem Segment fallen in die Branchen Bau/Handwerk, Dienstleistungen oder Handel*. Um für die wichtigsten Branchen im Kleingewerbe zielgruppenspezifische Empfehlungen geben zu können, wurde die Stichprobe auf diese drei Branchen beschränkt und ein disproportionaler Stichprobenansatz gewählt:



- ▶ Bau/Handwerk: n=108
- ▶ Dienstleistungen: n=114
- ▶ Handel: n=100.

- ▶ Die Gesamtergebnisse werden so gewichtet, dass sie dem tatsächlichen Verhältnis der Anzahl Unternehmen je Branche entsprechen*:



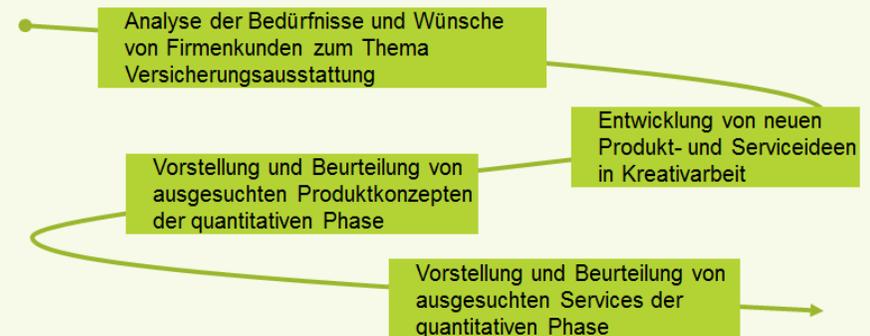
* Quelle: Statistisches Bundesamt, Unternehmensregister (Stand: 31.05.2013)

Fokusgruppen

- ▶ Durchführung von 2 Gruppendiskussionen
- ▶ Dauer à 2,5 Stunden inklusive Einbindung von Kreativtechniken zur Ausarbeitung von neuen Produktideen
- ▶ Ausschließlich Eigentümer und Geschäftsführer von Unternehmen mit bis zu 9 Mitarbeitern
- ▶ davon jeweils ca. 50% aus der Branche Dienstleistung und jeweils 25% aus Handwerk/Bau sowie Handel



Befragungsinhalte der qualitativen Phase



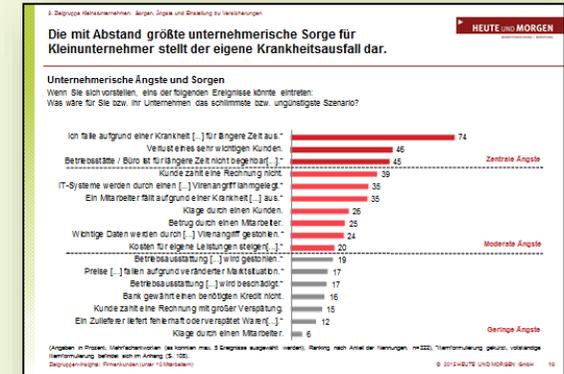
Ergebnis-Reporting

Ergebnisdarstellung

- ▶ Sie erhalten einen ausführlichen, übersichtlichen PPT-Chart-Bericht inkl. **Management-Summary** (100 Seiten).
- ▶ Der Ergebnisbericht enthält zahlreiche **Handlungsempfehlungen** für den Firmenkundenvertrieb.
- ▶ Die Ergebnisse werden differenziert nach Branchen (Bau/Handwerk, Dienstleistungen, Handel), Unternehmensgröße und Alter des Unternehmers

Kommunikation

- ▶ Wir zeigen Ihnen, welche zentralen Risiken in der Kommunikation fokussiert werden sollten.



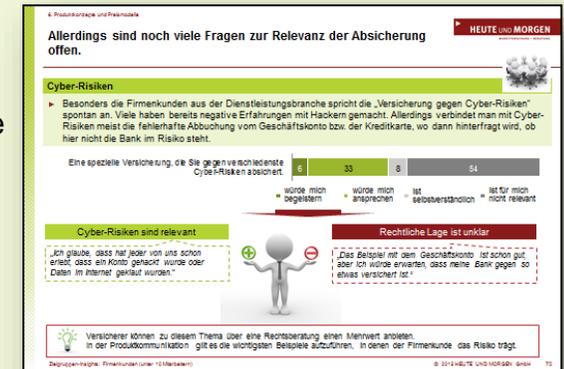
Vertrieb

- ▶ Erfahren Sie, welche Erwartungen Firmenkunden an Vermittler und Versicherungsberatung haben.



Produktkonzepte

- ▶ Die Attraktivität verschiedener Produkte wird analysiert. Vor- und Nachteile sowie Bedenken, die es auszuräumen gilt, werden aufgezeigt.



Bestell-Fax für die Studie an: 0221 - 995005 29

► Bestellung

Hiermit bestellen wir verbindlich die Studie

- „Zielgruppen-Insights: Firmenkunden unter 10 Mitarbeitern“
(ausführlicher PDF-Chart-Bericht (ca. 100 Seiten)
zum Preis von 4.900 € zzgl. MwSt.

► Empfänger und Rechnungsadresse

Name, Vorname: _____

Firma, Abteilung: _____

Straße: _____

PLZ, Ort: _____

Telefon: _____

E-Mail-Adresse
zur Versendung: _____

Ort, Datum, Unterschrift

HEUTE UND MORGEN GmbH

Kurzprofil

HEUTE UND MORGEN ist ein erfahrener Experte für professionelle Marktforschungslösungen im Finanzdienstleistungssektor. In den vergangenen Jahren haben wir beispielsweise die folgenden Projekte für unsere Kunden umgesetzt:

- ▶ Ideengenerierung, Produktentwicklung und Produktoptimierung
- ▶ Kundenzufriedenheits- und Stornoanalysen
- ▶ Vertriebsunterstützung im Makler- und im AO-Vertrieb
- ▶ Test und Einführung digitaler Angebote im Endkundenbereich (Apps, Kundenportale, Facebook-Auftritt)
- ▶ Test und Einführung von digitaler Vertriebsunterstützung (Angebotssoftware)
- ▶ PR-Analysen
- ▶ Kontinuierliche Markenmessung und Markensteuerung
- ▶ Test von Werbemitteln und innovativen Beratungsansätzen

Weitere Informationen finden Sie im Internet unter:
www.heuteundmorgen.de

Unsere Finanzreferenzen (Auszug)



Ihre Ansprechpartner



Axel Stempel
Geschäftsführer

- ▶ +49 221 995 005-14
- ▶ axel.stempel@heuteundmorgen.de



Christina Barschewski
Bereichsleiterin Qualitative Marktforschung

- ▶ +49 221 995 005-17
- ▶ christina.barschewski@heuteundmorgen.de