

HEUTE UND MORGEN Assekuranz Marktstudien

Firmenkunden verstehen und begeistern (Sep 2023)

Impulse und Ideen für eine Differenzierung im Firmenkundenmarkt



Das Verhältnis zwischen Firmenkunde und Versicherer ist von Distanz geprägt, welche das Kundenerlebnis beeinträchtigt.

Nähe und Bindung besteht häufig – wenn überhaupt – zum Versicherungsvermittler. Die Abhängigkeit der Versicherer vom (eigenen) Vertrieb ist hoch.

Folglich gelingt es aktuell keinem Versicherer, sich hinsichtlich Kundenzufriedenheit und Leistungspositionierung signifikant vom Wettbewerb zu differenzieren.

Wir liefern Ihnen mit unserer Studie Impulse und Ideen...

- wie Sie die **Distanz** zum Firmenkunden **aufbrechen**,
- wie Sie die **Kundenbindung steigern**
- und wie Sie sich vom Wettbewerb **differenzieren** können.



STUDIENINHALTE



Die Studie liefert Antworten auf die folgenden Fragen:

- Welche **Kundentypen** und daraus resultierende Betreuungskonstellation existieren in KMU?
- Welches **Idealbild** haben Firmenkunden von einem Gewerbeversicherer?
- Mit welchen Maßnahmen kann man die **Distanz** zum Firmenkunden **verringern**?
- Was sind aktuell die größten **Pain Points** von Firmenkunden rund um das Thema **Versicherungen**?
- In welcher Form können Versicherer externe und interne **Veränderungsprozesse** von Unternehmen unterstützen?
- Was zeichnet **Branchenexpertise** für Firmenkunden aus und wie kann man sie als Versicherer „transportieren“?
- **Kundenportale** werden positiv wahrgenommen, aber nur selten genutzt: Wie können Versicherer das ändern?
- Welche Barrieren sind beim Angebot von Maßnahmen zur **Schadenprävention** zu beachten?
- Was ist bei Angeboten seitens des Versicherers zum Thema **Nachhaltigkeit** zu beachten?

WAS BIETET DIE STUDIE UND FÜR WEN IST SIE GEEIGNET?

Die Studie bietet Ihnen...



ein tiefgehendes Verständnis für Erwartungen, Bedürfnisse und Problemfelder von Firmenkunden rund um das Thema Versicherungen,



zahlreiche Zitate von Unternehmern und Versicherungsentscheidern, die den Report lebendig machen und helfen, sich noch besser in den Firmenkunden hineinzusetzen,



einen Leitfaden und Prämissen für sämtliche Leistungen, Services und Kontaktpunkte zu Firmenkunden,



diverse Impulse und Ideen für die Entwicklung neuer Produkt- und Servicelösungen für Firmenkunden



und konkrete Ableitungen und Empfehlungen für die Umsetzung von Kundenportalen, das Angebot von Schadenprävention und die Firmenkundenkommunikation.

Die Studie ist geeignet für...



Mitarbeiter in den Bereichen Produktentwicklung, Services und Kommunikation, Mitarbeiter mit Firmenkundenkontakt, Schulungen für Vermittler.

METHODIK UND STICHPROBE DER STUDIE



Wen haben wir befragt?

- Entscheider (Inhaber, leitende Angestellte) aus kleinen und mittelständischen Unternehmen
- Jeweils $\frac{1}{4}$ der Interviewpartner aus den Branchen Bau/Handwerk, Dienstleistung, Handel, produzierendes Gewerbe
- Jeweils $\frac{1}{3}$ der Interviewpartner aus den Größenklassen < 10 Mitarbeiter, 10-50 Mitarbeiter, > 50 Mitarbeiter



24 Tiefeninterviews (Remote) à 60 min



2 Fokusgruppen (Remote) à 90 min

WIE WIR INHALTLICH VORGEGANGEN SIND

Schwerpunkt Tiefeninterviews

Kundenbedürfnisse identifizieren und emotionale Bedürfnisse verstehen

Empathy Mapping: Exploration von Kundenerwartungen und emotionalen Bedürfnissen

Mit der gezielten Abfrage sinnlicher Wahrnehmungen gelingt es, den Kunden tiefer zu verstehen und die emotionalen Begeisterungs- und Schmerzpunkte herauszuarbeiten.



→ Was sind positive Erlebnisse im Zusammenhang mit Versicherern und anderen Dienstleistern?

→ In welchen Situationen treten Probleme auf?

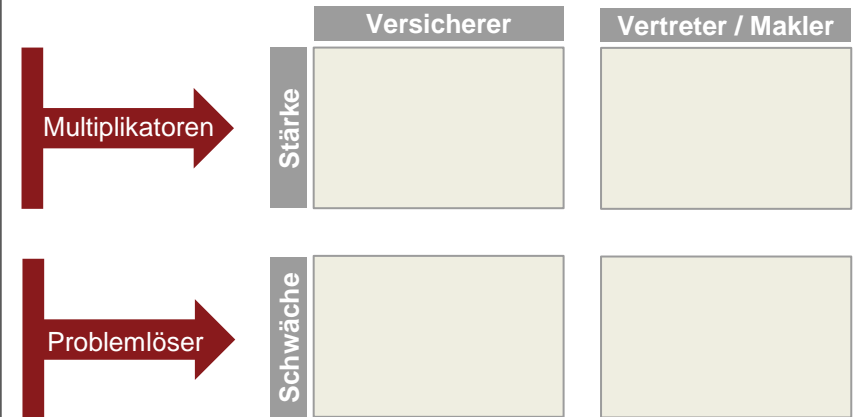


Schwerpunkt Fokusgruppen

Leistungen und Mehrwertservices entwickeln, einordnen und priorisieren

Mehrwert-Analysen: Wir entwickeln mit den Probanden Ideen, die vorhandene Misstände beseitigen

Vertiefungsanalyse der Pains & Gains und deren Auswirkungen auf die Kundenbindung; Weiterentwicklung vorhandener Ideen



→ Welche Services kann ein Versicherer bieten, um Begeisterung zu erzeugen?

→ Wie kann der Vertreter das Unternehmen unterstützen?

LEISTUNGSÜBERBLICK UND KOSTEN

NETTOKOSTEN
ZZGL. GESETZL. MWST

➔ Studienreport		
<input type="checkbox"/>	Ausführlicher Studienreport (PPT oder PDF, 97 Seiten)	5.900 €

➔ Ergänzungsangebote (nur in Verbindung mit dem Bezug des Studienreports)		
<input type="checkbox"/>	Impulsvortrag zu den zentralen Ergebnissen der Studie	1.900 €
<input type="checkbox"/>	Moderierter Workshop (inkl. Impulsvortrag) zur Umsetzung der Erkenntnisse in Ihrem Unternehmen	3.500 €

➔ Ihre Kontaktdaten			
Name, Vorname		Unternehmen, Abteilung	
E-Mail-Adresse		Telefon	
Rechnungsadresse		Ort, Datum, Unterschrift	

Sprechen Sie uns gerne an. Wir stehen Ihnen jederzeit für Rückfragen zur Verfügung!



Axel Stempel

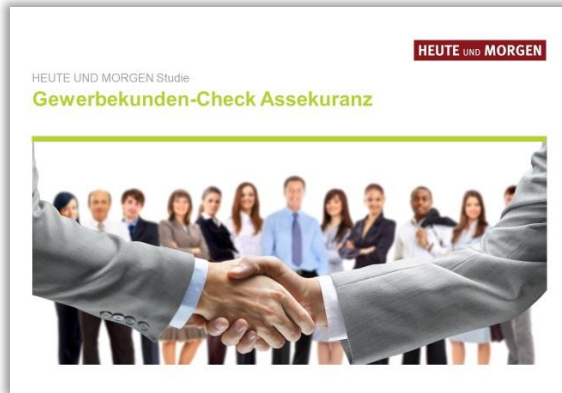
+49 221 995005-14
axel.stempel@heuteundmorgen.de



Christina Barschewski

+49 221 995005-17
christina.barschewski@heuteundmorgen.de

WEITERE STUDIEN IM GEWERBEKUNDENMARKT



Der Gewerbekunden-Check Assekuranz ist die Grundlagenstudie im deutschen Versicherungsmarkt und zeigt Ihnen alle relevanten Trends im Gewerbekundenmarkt. Die Studie bietet Ihnen jährlich

- Marktanteile zu 14 verschiedenen Produktparten
- Kundenbindungs- und Kundenzufriedenheits-Rankings zu allen relevanten Gewerbekunden-Versicherern
- Analysen und Trends zu Kundenkontakten (Neuabschluss, Schadenabwicklung, Berater-Kontakt)
- Jedes Jahr neue Vertiefungs- und Trend-Themen, die im Rahmen eines Bezieher-Workshops abgestimmt werden

Teilnahme an der Studie, Bezug von Studienberichten und Grundauswertungstabellen

10.900 €

Weitere Informationen unter: [Gewerbekunden-Check](#)



Mit unserem B2B-Versicherungsentscheider-Bus haben Sie die Möglichkeit, exklusiv Fragen an Versicherungsentscheider in KMU zu stellen. Dies können beispielsweise Fragen zu neuen Service-Ideen, Produkt-Konzepten oder Kampagnen sein. Oder möchten Sie eine Pressemitteilung durch Statements aus einer repräsentativen Unternehmensbefragung aufwerten? Es gibt viele Gründe, Fragen in unseren B2B-Bus zu schalten!

Neben den exklusiv geschalteten Fragen werden zudem in jeder Welle Fragen zu Bekanntheit, Relevant Set und First Choice von Gewerbeversicherern gestellt. Außerdem wird nach der aktuellen Planung (Neuabschluss, Anpassung, Kündigung) gefragt.

Schaltung von geschlossenen / offenen Fragen; Kosten pro Frage:

600 / 900 €

Weitere Informationen unter: [BUS-Befragung](#)