

Automatisierter Makler-Anwerbeprozess

DemandFlow-Suite automatisiert Marketingabläufe

DemandFlow-Suite ist eine Softwarelösung, die Marketingabläufe automatisiert. Für dieses Produkt wurde unser Unternehmen zur CeBIT 2014 mit dem **Innovationspreis-IT** der **initiative mittelstand** 2014 ausgezeichnet (Logo siehe oben).

Konzept, um Makler an zu werben

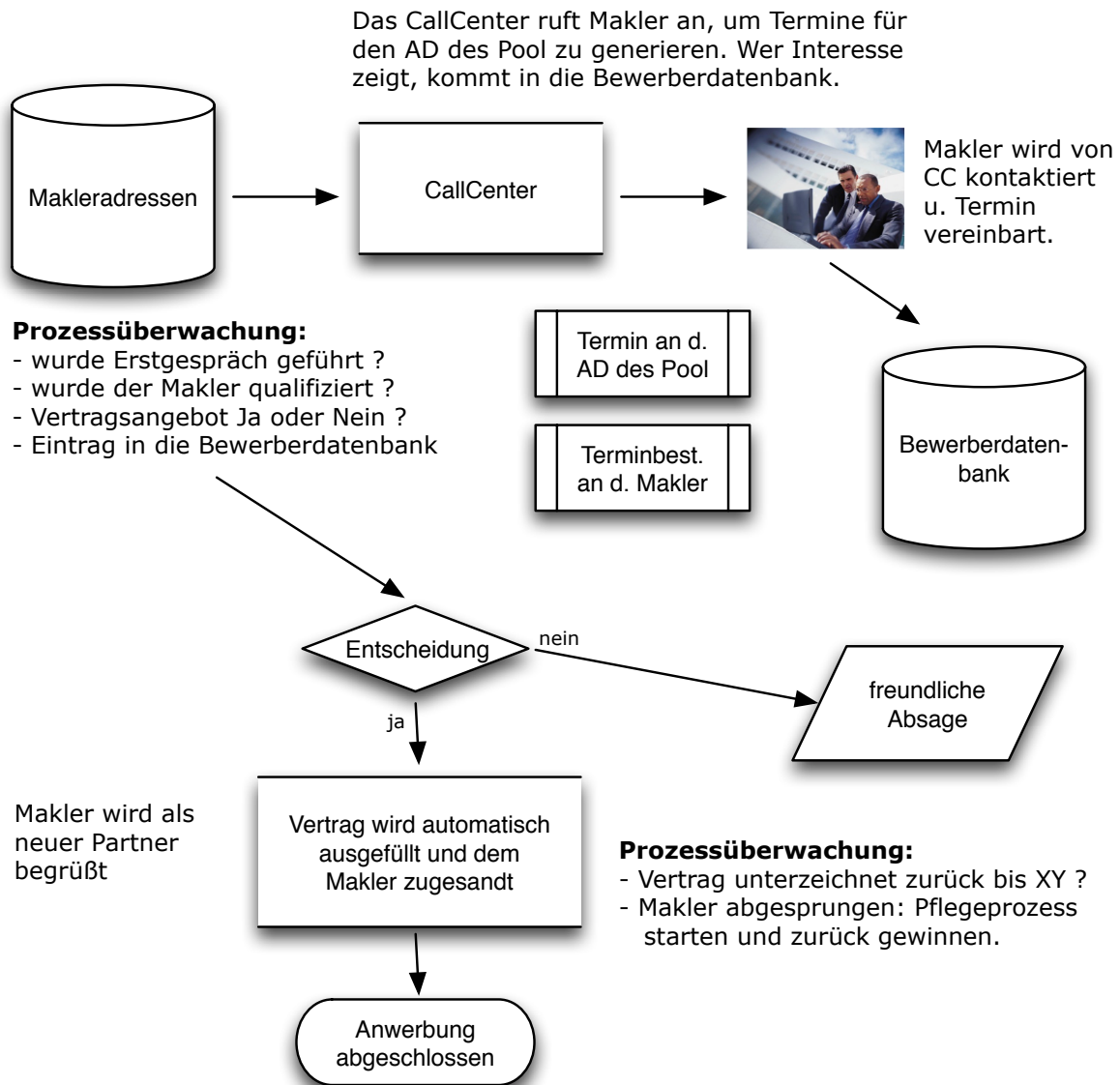
Beim Anwerbeprozess sparen Sie - nach aller bisheriger Erfahrung - fast 40% der Kosten, verglichen mit „klassischem Vorgehen“. Das sind überwiegend Personalkosten für Routineaufgaben.

Außerdem wird der Prozess deutlich erfolgreicher, weil der potentielle Partner besser qualifiziert, dauerhaft betreut und informiert wird. Sie kommen viel besser an die richtigen Vermittler heran, die gute Leistungen erbringen, zugleich aber wählerisch und anspruchsvoll sind. Man gewinnt sie oft nicht im ersten Anlauf. Bei diesen rund 10 - 15% der Maklerschaft, die jeder Pool, Vertrieb oder Versicherer für sich haben möchte, ist der beschriebene, kontinuierliche Anwerbeprozess besonders wirkungsvoll.

Untenstehend beschreiben wir das Modell eines erfolgreichen Anbieters als ein **Beispiel**. Die Prozesse werden immer individuell maßgeschneidert, denn sie müssen genau zu Ihrem Geschäftsmodell passen:

- **Erstkontakt**
 - CallCenter, versucht einen Termin zu vereinbaren, Quote < 6 %
 - Messekontakt mit einem Besuchsbericht (z.B. erstellt mit **digipen**)
 - Anfrage über die Homepage (mit einem aktiven Maklerfragebogen zur Erstqualifizierung)
 - Anfrage des Maklers über eMail oder Fax
- **Automatisierter Erstversand von Makler-Informationen**
 - der Makler erhält sofort eine erste eMail mit Link auf eine Landingpage („InfoCenter“ genannt)
 - > der Besuch des Maklers auf dem InfoCenter wird ausgewertet
 - > Abhängig davon, welche Infos er gibt, wird er bereits vorqualifiziert
- **Maklerfragebogen**
 - der Makler wird online auf den Maklerfragebogen geführt; die Antworten fließen ins Profil ein.
- **Maklerprofil**
 - Die Reaktion des Interessenten und Infos aus dem Netz führen zu Punkten im Maklerprofil.
 - Das System erkennt automatisch auf der Homepage des Maklers seine Arbeitsschwerpunkte.
- **Automatische Erinnerungen**
 - der Makler wird automatisch erinnert, wenn er auf die eMail nicht innerhalb einer bestimmten Zeit reagiert und freundlich noch einmal eingeladen.
- **Leadabgabe an den Maklerbetreuer**
 - sobald der Makler durch seine Reaktion auf Ihre Informationen eine bestimmte Menge an Punkten im Profil gesammelt hat, wird ein Lead für den Maklerbetreuer zusammen gestellt.
 - das Lead enthält einen Screenshot der Makler-Homepage und einen Link dorthin. Außerdem kann automatisiert jede Art von öffentlich verfügbarer Information gesammelt werden, wie z.B. Infos aus XING oder Facebook-Accounts, Impressum der Homepage etc.
 - das Lead wird automatisch abgegeben, sobald im **Maklerprofil** eine voreingestellte Schwelle an Punkten erreicht bzw überschritten wird.

Diese Kurzdarstellung beschränkt sich auf die wesentlichen Prozessabläufe. Alle Abläufe passieren im Web. Alle Beteiligten arbeiten im Web, auf PC, Tablet, sogar auf dem Smartphone.



Vorteile dieser Arbeitsweise:

1. Das System führt sämtliche automatisierbaren Abläufe von selbst aus. Es versendet eMails, überprüft, ob die Mail bzw. der Anhang gelesen wurde, fasst von selbst noch einmal nach, usw.
2. Es signalisiert dem CallCenter, wenn der Makler eine eMail liest, z.B. die Infos zum Pool.
3. Alle Prozesse werden überwacht. Das System erinnert z.B. den Außendienst (AD) des Pools, wenn ein Makler noch nicht qualifiziert wurde und deswegen die Verträge noch nicht verschickt sind.
4. Die Verträge füllt das System entsprechend der Maklerqualifizierung automatisch aus.
5. Sagt ein Makler einen Vertrag zu, schickt ihn aber nicht unterschrieben zurück, dann erinnert das System 1, 2 oder 3-mal, bevor der Vorgang zum Vertrieb als Eskalation geht.

Der Ablauf wird für jeden Pool individuell so gestaltet, wie Sie den Prozess brauchen. Vorhandene IT-Systeme werden mit eingebunden, z.B. ein CRM. Die Bewerberdatenbank muss nicht eigenständig sein.

Beispiele

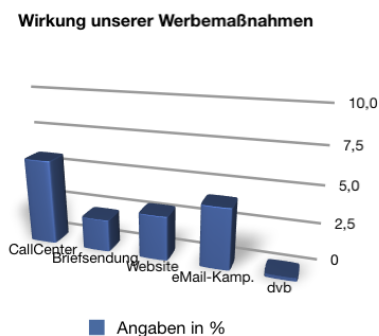
Übersicht über den Stand des Anwerbeprozesses

Das Management möchte jederzeit wissen, wo eine Niederlassung, eine einzelne Führungskraft oder ein einzelner Interessent im Anwerbeprozess steht. Dazu bieten wir nahezu beliebige Auswertungen an. Ein Statuskennzeichen (Hier A...F) unterstützt den Ablauf.

Hier ein einfaches, selbsterklärendes Beispiel:

Status	Name	Ort	Tel	Punkte	Letzte Aktion	Datum	zu erledigen	Niederlassung
B	Böck Versicherungen	Stuttgart	0711/4420 9077	12	IC angeschaut	24.03.2014	Termin fixieren Call	Frankfurt
A	prosecura Wilhelm	Köln	0221/6728 2262	18	Anruf bei uns	26.03.2014	Vertrag nachf. Call	Köln
F	Gülyin KG	München	089/6890 4216	6	Newsletter-Resp.	27.03.2014	Einl. Roadshow Call	München

Wirkung von Werbemaßnahmen - Beispiel für eine Auswertung mit grafischer Darstellung



Unser System verbindet sämtliche Werbemaßnahmen: CallCenter, Briefsendungen, Website, eMail-Kampagnen oder die Angebote von externen Dienstleistern. Da alle Maßnahmen einbezogen werden, kann recht einfach eine übersichtliche Darstellung der Ergebnisse erfolgen, wie in dem nebenstehenden Auswertungsbeispiel.

Sofort erkennen Sie, welche Maßnahmen welchen Nutzen bringen.

In ganz ähnlicher Weise können auch alle anderen Auswertungen in Listenform oder grafisch erfolgen.

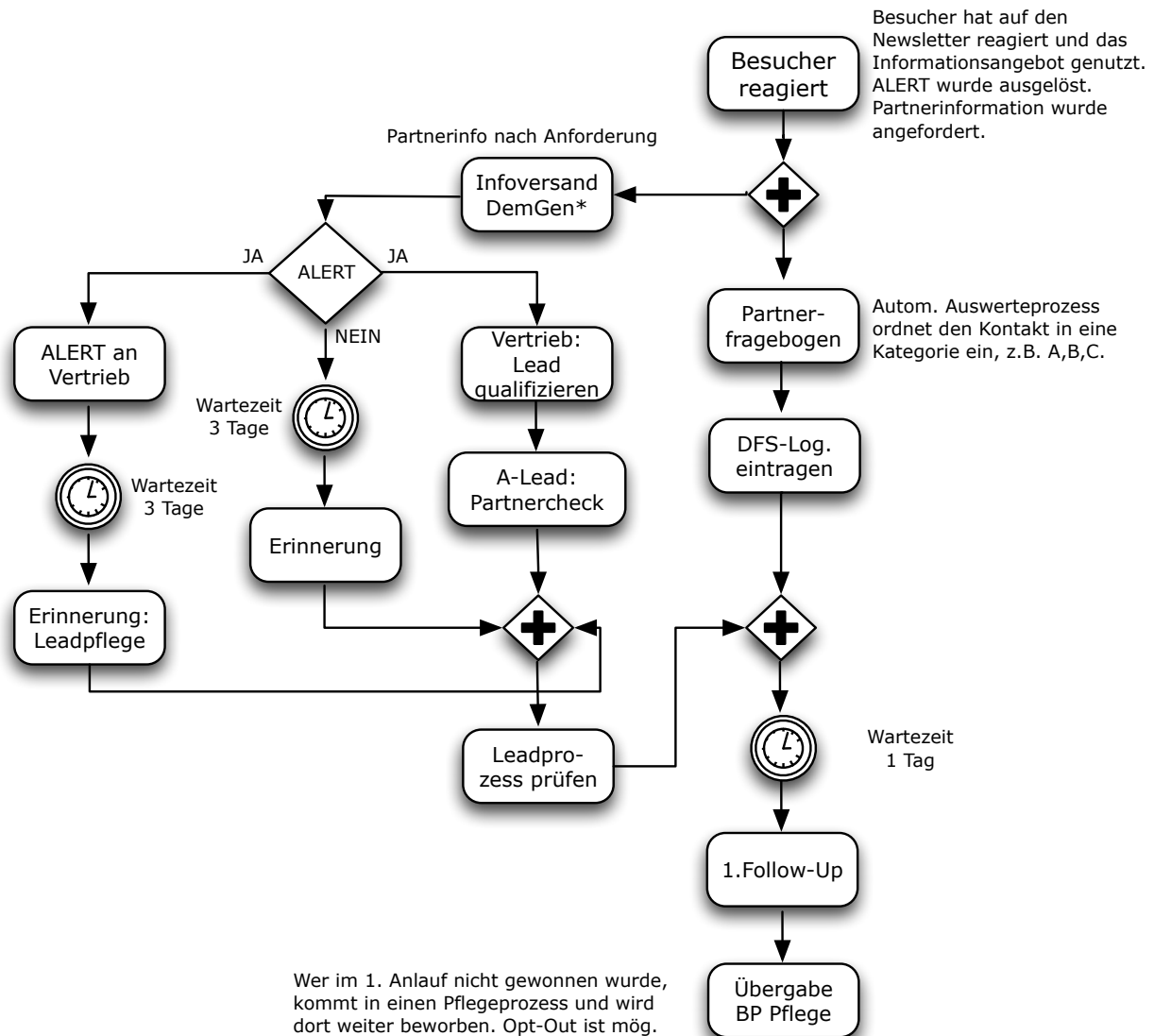
Welche Vorteile bringt der automatisierte Makler-Anwerbeprozess ?

Nach den bisherigen Erfahrungen bringt das Vorgehen eine Menge wichtiger Vorteile:

- I. **Kostensparnis** bis zu **40%** (Lohnkosten, Kosten externer Dienstleister), verglichen mit konventionellem Vorgehen.
- II. **Nachhaltigkeit:** Makler, die für Sie interessant sind, aber nicht sofort unterschreiben, werden (mit deren Zustimmung) weiter informiert, weiterhin eingeladen, weiterhin kontaktiert - bis der Zeitpunkt zum Abschluss gekommen ist. Die Maßnahmen werden aufeinander abgestimmt.
- III. **Tempo:** Das automatisierte Verfahren kennt keine wirklichen Kapazitätsgrenzen. Es ist nachhaltig. Der Anwerbeprozess muss nicht immer wieder manuell neu gestartet werden. Er läuft kontinuierlich und mit dem Tempo, das Sie aufgrund Ihrer Erfahrungen selbst dafür festlegen.
- IV. **Transparenz:** Alle Arten von Auswertungen, die möglich sind, können auch vorgenommen werden. Sie möchten gerne wissen, wie hoch Ihr **Potential** in einer Region ist ? Welche Ihrer deutschen **Niederlassungen** sind besonders erfolgreich ? Wie gut hat sich eine aufwändige **Marketingaktion** gerechnet ? Was hat Ihr Auftritt auf der DKM gebracht - wie gut war ein bestimmtes **Event** ? Alle diese Auswertungen sind möglich - und noch viel mehr.
- V. **Qualifizierung des Partners:** Mit diesem System erkennen Sie durch das **Profil-Punktesystem**, das Sie gestalten können, wie agil ein Makler ist und wie interessant.
- VI. **Newsletter, eMails, klassische Mailings:** Was bringen diese Werbeformen tatsächlich ? Wir empfehlen, das System für die Medienwahl zu nutzen und Ihre Maßnahmen zu vernetzen.

Vertriebspartnergewinnung über Portal mit autom. Prozess

Mit Workflow der **DemandFlow-Suite** realisiert



Wir verzichten auf eine BPMN 2.0-konforme Prozessdarstellung, die wenig anschaulich ist. Ziel dieser vereinfachten Darstellung ist es, den Vorgang übersichtlich und leicht nachvollziehbar dar zu stellen. Für die eigentliche Prozessmodellierung ist dieses Schaubild nicht gedacht.

DemGen*: Demand Generator

ALERT: Meldung des Demand Generator per eMail oder SMS, wenn Dokumente angeschaut werden

Der potentielle Partner reagiert auf Ansprache per Newsletter. Eine Analyse seiner Erträge führt zu einer weitergehenden Qualifikation. Daraus wird abgeleitet, wie der Prozess weiter verläuft.	DemandFlow - Suite
	Michael Klein / 22. März 2014