



# Handlungsfelder

## 1. Performance

Die Vermittlerperformance wird durch ausgeprägtes Kundenverständnis und innovativen Technologien erhöht. Vermittler werden befähigt Neugeschäft zu schreiben und in Beständen Upselling-Potentiale zu heben.

## 2. Produkt-/Vertriebsstrategie

Produkte werden mit Absatz-Kanalstrategien (Digital-, Hybrid- und Beraterstrategie) geclustert und orchestriert.

## 3. Loyalität

Methoden werden zur Bestimmung und Erhöhung der Vermittlerloyalität eingesetzt.

## 4. Prozesse

Vermittlerprozesse verschlanken, dadurch den Vermittler entlasten, um die Beratungsqualität zu erhöhen und dem Kunden die beste Experience an allen Touchpoints der Customer Journeys zu bieten.

## 5. Technologie

Auf/-und Ausbau der End-to-End Beratung. Diese werden durch Technologien (z.B. Vertriebs-CRM und Vertragsabschluss Technologien) für den Vermittler gestützt.

Vor dem Hintergrund sich ständig verändernder Rahmenbedingungen und ein sich schnell entwickelnder Markt wird die Innovationskraft eines Unternehmens zu einem entscheidenden Faktor, um zukünftig am Markt bestehen zu können. Um den damit verbundenen zahlreichen Herausforderungen eines Versicherungsberaters gerecht zu werden, sind neue Ansätze erforderlich und werden Netzwerke sowie Partnerschaften essenziell wichtig.

**Wie gestalten wir Innovationen?** In unseren Innovation Labs setzen wir auf innovative Arbeitsmethoden und Kollaboration, um neue Ansätze bis hin zu disruptiven Ideen zu entwickeln.



Automatisierung von Vertriebs- und Kundenprozessen



Schnittstelle zwischen Innen- & Außendienst



Digitalisierung von Vertriebsprozessen



Digitale Beratung



Vermittler/ Kunde

Für das Zielbild des digitalen Beraters müssen alle Prozesse vom Backend bis zum Frontend beleuchtet werden

Wir freuen uns auf einen innovativen und inspirierenden Austausch mit Ihnen.



### Steffen Bolenius

Bereichsleiter | CX Strategy & Transformation  
+49 173 3008522  
steffen.bolenius@msg.group



### Andreas Stollenwerk

Abteilungsleiter | CX Strategy & Transformation  
+49 152 01503451  
andreas.stollenwerk@msg.group

**msg systems ag**

Robert-Bürkle-Straße 1 | 85737 Ismaning/München | Telefon: +49 89 96101-0 | www.msg.group | info@msg.group

# Design Thinking:



## EMPATHIE

**Kunden- und Vermittlerbedarf vor dem Hintergrund der Kanalstrategie verstehen**

Beobachtungen, Sekundär- und Feldforschung, Interviews, Umfragen



## DEFINITION

**Probleme identifizieren und definieren**

Entwicklung der konkreten Fragestellung (Scoping, Framing), Personas, Stakeholder Map, Storytelling, Customer Journey Map



## DESIGN

**Verschiedene Lösungsideen gemeinsam entwickeln**

Brainstorming, Brainwriting, How might we?, Skizzen



## ENTWICKLUNG

**Minimum Viable Concept/Product/Service umsetzen**

Wireframes, MockUps, Storyboard, Clickdummy, Prozesse, Strategien, Business Cases



## TEST

**Lösung zusammen mit dem Kunden und Nutzer evaluieren**

Usability Test, Interviews, Demos

Gemeinsam mit allen Teilnehmern erarbeiten wir zukünftige Fragestellungen und beleuchten die Probleme aus möglichst vielen unterschiedlichen Perspektiven.

Im Versicherungsvertrieb der Zukunft wird der Kunde im Mittelpunkt stehen. Um sich diesem Zielbild zu nähern, eignet sich das Design-Thinking Vorgehen optimal. Die Bedürfnisse des Kunden und der personellen Vertriebe lernen wir gemeinsam zu verstehen. Dabei ist es unser Ziel, sich schnell und iterativ nach vorne zu entwickeln und mit Feedback bereits heute die Ideen für morgen ausreifen zu lassen.