

# Online-Strategien in Banken und Versicherungen

Online ist ein „Muss“ – Die richtige Strategie ist entscheidend!

## Hören Sie auf dieser Konferenz,...

- ... wie die **WGV Versicherungen** den Kunden in Prozesse und Systeme integrieren
- ... welche strategischen Herausforderungen die **Sparkassen Direktversicherung** beim Online-Vertrieb sieht
- ... was Mobile Banking bei der **TARGOBANK** bedeutet
- ... welche Strategie **Google** bei SEO, Branding und Conversion empfiehlt
- ... wie das **Sparkassen-Finanzportal** seine Ressourcen für den optimalen Internetauftritt einsetzt
- ... wie die **DVAG** ihre Social Media Strategie vom virtuellen zum realen Nutzen entwickelt
- ... wie die Profis bei **Neckermann**, **123Energie** und **Telekom** ihren Vertrieb von Offline zu Online umstrukturieren
- ... und viele weitere topaktuelle Themen!

## Ihre Vorteile beim Besuch dieser Tagung:

- Online ist in! – Positionieren Sie sich als Experte in einem boomenden Segment
- Profitieren Sie von konkreten Fallbeispielen führender Banken und Versicherer
- Technik, Vertrieb, Marketing: Diskutieren Sie die Erfahrungen von der Strategiefindung bis zur Implementierung
- Nutzen Sie die praktischen Tipps und To Dos für Ihre eigene Online-Strategie
- Erkennen Sie Potenziale für Innovationen und neue Geschäftsfelder

# Um Online-Strategien kommen Sie nicht mehr herum!

## Schlanke Prozesse, intelligente Strukturen und kundenorientierter Vertrieb sind gefragt!

Dass sich der Vertriebsprozess in einigen Sparten immer mehr vom Offline- in den Online-Bereich verlagert, ist unumkehrbar – Das Internet hat sich zu einem wichtigen Standbein im Vertrieb von Finanzdienstleistungen verlagert. Einige Branchen haben hier bereits eine Vorreiterstellung eingenommen und gehen innovative Wege. Banken und Versicherer müssen noch nachziehen!

Doch während Vertrieb und Marketing über das Internet heutzutage schon fast als Standard gelten, setzen viele Finanzdienstleister ihre Hoffnung auf mobile Produkte, Services und Prozesse, um ihre Wettbewerbsposition zu stärken. Hier tun sich fast „unendliche“ Möglichkeiten auf – aber auch Stolperfallen und Herausforderungen wie Datenschutz, immer komplexere Prozesse und der interne Wettbewerb um Budgetallokationen. Informieren Sie sich rechtzeitig!

### Diese Konferenz dreht sich daher u. a. um folgende Themen:

- Onlinevertrieb hat Zukunft – Keine Frage! Wege und Lösungen zur Individualisierung in der Industrialisierung
- Kommunikation statt Konkurrenz: Erfolgreicher Multikanal-Vertrieb
- Durch effiziente Prozesse und schlanke Strukturen zu mehr Effizienz
- Die Bandbreite des Onlinegeschäfts ist groß – Welche Strategie ist für Ihr Unternehmen die Richtige?
- Mitmach-Web ist „in“: Wie Sie Kunden aktiv in Ihre Onlinestrategien mit einbeziehen können

Keine Kür, sondern Pflicht: Social Media ist heute Standard. Sind Sie auch dabei?  
Wir freuen uns auf Sie in Düsseldorf!

### Profitieren Sie von den Vorteilen, die diese Konferenz bietet:

1. Verschaffen Sie sich in nur zwei Tagen einen kompakten Überblick über die aktuellen Trends und Erfolgsfaktoren
2. Mit 8 Praxisbeispielen aus Banken und Versicherungen
3. Erkennen Sie Verbesserungspotenziale und Ansatzpunkte zur Kundengewinnung
4. Positionieren Sie sich frühzeitig als Experte in einem rasant wachsenden Markt!

### Für wen ist diese Konferenz konzipiert?

Angesprochen sind Mitglieder aus Vorstand und Geschäftsführung von Banken und Versicherungen sowie leitende Angestellte aus den Bereichen:

- Informationsmanagement/-technologie
- Internet und Neue Medien
- E-Business und E-Commerce
- Marketing
- Kommunikation/PR
- Vertrieb/Online-Vertrieb
- Vertriebsunterstützung und Vertriebservice
- Vertriebs- und Marketingcontrolling
- Unternehmensentwicklung
- Business Development

Darüber hinaus wenden wir uns an Unternehmensberater und IT-Unternehmen mit dem Schwerpunkt Banken und Versicherungen.

INFOTELEFON:

**02 11/96 86–34 62**

Haben Sie Fragen zu dieser Veranstaltung? Wir helfen Ihnen gerne weiter.

**Konzeption und Inhalt:** Christina Gerlach, Senior-Konferenz-Managerin Versicherungen

**Organisation:** Mandy Lange, Senior-Konferenz-Koordinatorin, E-Mail: mandy.lange@euroforum.com



## MONTAG, 17. OKTOBER 2011

9.15–9.45

Empfang mit Kaffee und Tee, Ausgabe der Tagungsunterlagen

9.45–10.00

Begrüßung durch EUROFORUM und thematische Einführung durch den Vorsitzenden

Dr. Alfons Niebuer, Mitglied des Vorstandes, SMP AG

### Von Mythen und Möglichkeiten: Was Online, Web 2.0, Social Media sind und können...

10.00–10.45

**Die wachsende Rolle des Internets in der Finanzdienstleistungsindustrie – Der Kunde wählt, auch den Kanal!**

- Statistiken zu online-/offline
- Änderung des Kundenverhaltens nach Alter, Beruf, Einkommen etc.
- Nutzungsverhalten (Information, Kauf), Zahlen/Daten/Fakten des Internets

Dr. Michael Kerper, Senior Consultant, Business Unit Financial Services, YouGov Psychonomics

10.45–11.00 Diskussion

11.00–11.30 Kaffee- und Kommunikationspause

### Nutzen Sie die gesamte Bandbreite des Onlinegeschäfts!

11.30–12.00

**Beispiel Versicherungen: Wirtschaftlicher Verkauf von Versicherungen im Internet: Mission impossible?**

- Die Sparkassen DirektVersicherung – seit 1996 im Internet aktiv
- Kfz-Direktversicherer – Wer geht als nächster?
- Strategische Herausforderungen im Internetvertrieb
- Wirtschaftlichkeit von Online-Plattformen
- Erfolg durch richtige Aufstellung

Dr. Jürgen Cramer, Mitglied des Vorstandes, Sparkassen DirektVersicherung AG

12.00–12.30

**Erfolgshobel im Online-Marketing für Versicherungen und Banken**

- Reichweite: Mit Suchmaschinenmarketing die richtigen Kunden erreichen
- Branding: Markenentwicklung im deutschen Internet
- Conversion: Besucher auf der Website in qualifizierte Leads verwandeln

Dr. Johannes Bruder, Senior Account Manager Insurance, Google Germany GmbH

12.30–12.45 Diskussion

12.45–14.00 Gemeinsames Mittagessen

### Prozesse, Ressourcen, Systeme – Rückgrat des Online-Vertriebs!

14.00–14.30

**Beispiel Versicherungen: Den Kunden integrieren – Prozesse und Systeme im Onlinevertrieb effizient gestalten**

- Verlagerung von Geschäftsprozessen ins Internet
- Technische Voraussetzungen
- Produkt- und Prozessmodellierung
- „Self Administration“: Der Kunde als Sachbearbeiter
- Ergebnis: „WGV Himmelblau“

Olaf Bechtold, Key Account Manager, WGV Versicherungen

14.30–15.00

**Beispiel Banken: Das Vertriebsmedium Internet optimal nutzen!**

- Umsetzung einer erfolgreichen Internet-Präsenz
- Onlinemarketing-Maßnahmen
- Social Media: Nur ein Baustein im Onlinevertrieb!
- Ressourcenplanung und Krisenmanagement

Alexander Hauser, Geschäftsbereichsleiter Online-Marketing, Sparkassen-Finanzportal GmbH

15.00–15.15 Diskussion

15.15–15.30 Kaffee- und Kommunikationspause

### Von anderen lernen – Wie machen es innovative Branchen?

15.30–16.00

**Beispiel Energie: Aufbau der Online-Plattform 123Energie**

Ralf Poll, Leiter Vertrieb und Handel, Pfalzwerke AG

16.00–16.30

**Beispiel Handel: Von Offline zu Online – Kunde, Kapital und Kommunikation**

- Deutung und Nutzung des Kundenverhaltens
- Richtiger Shift von Werbebudgets
- Bedeutung von Marke, Produkt, Ansprache im E-Commerce

Christoph Lodde, Chief Marketing Officer, Neckermann.com

16.30–17.00

**Beispiel Telekom: De-Mail – Eine neue Infrastruktur und Ihre Möglichkeiten**

- Funktionsweise der De-Mail
- Erwartungen und Rahmenbedingungen
- Sinnvolle Einsatzszenarien

Gert Metternich, Mitglied der Programmleitung De-Mail, Deutsche Telekom

17.00–17.30 Diskussion

17.30 Ende des ersten Konferenztages

Im Anschluss an den ersten Konferenztag lädt EUROFORUM Sie herzlich zu einem gemeinsamen Umtrunk ein.

## DIENSTAG, 18. OKTOBER 2011

9.00–9.15

### Begrüßung durch den Vorsitzenden

Dr. Alfons Niebuer

### Onlinevertrieb und Social Media – Kunden, Mitarbeiter und Vermittler im Mittelpunkt!

9.15–10.00

### Social Media – Der „Marktplatz“ der Zukunft?

- Die Bedeutung von Datenbanken
- Virtualisierung sozialer Kontakte
- Wie können Unternehmen die neuen „Marktplätze“ für sich nutzen?

Jochen Krisch, Geschäftsführer, Exciting Future GmbH für E-Commerce

10.00–10.30

### Beispiel Versicherungen: Make it real! Vom virtuellen zum realen Nutzen: Social Media in der vertrieblichen Praxis

- Social Media: Chancen und Risiken für Berater
- Kontakt- und Netzwerkpflege
- Kontaktgewinnung/Word-of-Mouth
- Wege zum Vertriebs Erfolg

Jürgen Eric Schmid, Leiter Projektkoordination

Ausbildung/Marketing, Deutsche Vermögensberatung AG DVAG

10.30–10.45 Diskussion

10.45–11.15 Kaffee- und Kommunikationspause

11.15–11.45

### Vergleichsportale im Internet – Den Kunden im Visier?!

- Arten und Geschäftsmodelle von Vergleichsportalen
- Bedeutung heute und in Zukunft
- ... und noch viel mehr als bloßer Tarifvergleich!

Wolfgang Schütz, Mitglied des Vorstandes, Aspect Online AG

11.45–12.15

### Beispiel Banken: Erfolgreich Finanzprodukte online verkaufen

- Konzepte zur Online-Vermarktung und Verkauf von Produkten, speziell Krediten
- Konkrete Praxisbeispiele und Antragsstrecken

Ates Demir, Bereichsdirektor Internet & Mobiles Banking,  
TARGOBANK AG & Co. KGaA

12.15–12.45

### Friendsurance: Versicherung 2.0

Dr. Christian Herfurth, Geschäftsführer, Leiter Versicherungen,  
friendsurance.de

12.45–13.00 Diskussion

13.00–14.00 Gemeinsames Mittagessen

14.00–14.30

### **Persönliches Finanzmanagement: Visualisierung und digitale Beziehung zwischen Kunde und Bank**

- Web-basierte Tools
- Nutzen für den Kunden
- Vorteile für Banken
- Präsentation einer PFM-Anwendung und Fallstudien

**Dr. Hansjörg Leichsenring**, Geschäftsführer, Management und Beratung für Banken und Finanzdienstleister

14.30–15.00

### **proVenti.de: Alles online! –**

### **Erster "easy shop & go" Versicherungs-Makler**

- Situationsbeschreibung Start und Ziel
- Rahmenbedingungen und Konzeption (u. a. Recht, Technik, Produkte, Vertrieb)
- Zukünftige Ausbaustufen

**Dr. Gunnar Joachimsohn**, Geschäftsführer, AGILplus GmbH

15.00–15.30      Diskussion

15.30              Ende der Konferenz

## AUSSTELLER



**arvato infoscore** steht für die integrierte kaufmännische Betreuung von Kundenbeziehungen über den gesamten Kundenlebenszyklus. arvato infoscore ist ein

Tochterunternehmen der arvato AG, des international vernetzten Medien- und Kommunikationsdienstleisters der Bertelsmann AG. Mit rund 1.500 Mitarbeitern und Hauptsitz in Baden-Baden ist arvato infoscore an 11 Standorten in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Ungarn tätig.

### **informa Solutions GmbH**

Rheinstraße 99, 76532 Baden-Baden

[www.arvato-infoscore.de](http://www.arvato-infoscore.de)

Ansprechpartner: Thomas Salewski,

Vertriebsleiter Kreditwirtschaft

Telefon: +49(0) 72 21/50 40–31 44

Fax: +49(0) 72 21/50 40–16 01

E-Mail: [Thomas.Salewski@Bertelsmann.de](mailto:Thomas.Salewski@Bertelsmann.de)

## SPONSORING UND AUSSTELLUNGEN

Im Rahmen der Veranstaltung besteht die Möglichkeit, dem exklusiven Teilnehmerkreis Ihr Unternehmen und Ihre Produkte oder Dienstleistungen zu präsentieren. Ihre Fragen zu Sponsoring- und Ausstellungsmöglichkeiten sowie zur Zielgruppe beantwortet Ihnen gerne:

**Violetta Lakwa**, Sales-Managerin

Telefon: 02 11/96 86–37 32 | [violetta.lakwa@euroforum.com](mailto:violetta.lakwa@euroforum.com)

# Online-Strategien in Banken und Versicherungen

[Kenn-Nummer]

Vertrieb Kommunikation  
PROZESSE Informationstechnologie  
Zukunftsmarkt SOCIAL MEDIA  
facebook, twitter, YouTube E-Business und E-Commerce  
Kundenorientierung  
Vertriebsunterstützung **MARKETING**

Bitte ausfüllen und faxen an: 02 11/96 86-40 40

Ja, ich nehme am 17. und 18. Oktober 2011 teil

zum Preis von € 1.999,- p.P. zzgl. MwSt.  
[Ich kann jederzeit ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer benennen.  
Im Preis sind ausführliche Tagungsunterlagen enthalten.]

[P1104983M012]

**17. und 18. Oktober 2011, Hilton Düsseldorf**

Georg-Glock-Straße 20, 40474 Düsseldorf  
Telefon: 02 11/43 77-0

Ich kann nicht teilnehmen. Senden Sie mir bitte die **Tagungsunterlagen**

zum Preis von € 399,- zzgl. MwSt.

[Lieferbar ab ca. 2 Wochen nach der Veranstaltung.]

Ich interessiere mich für **Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten**.

Ich möchte **meine Adresse wie angegeben korrigieren** lassen.

[Wir nehmen Ihre Adressänderung auch gerne telefonisch auf: 02 11/96 86-33 33.]

**TEILNAHMEBEDINGUNGEN.** Der Teilnahmebetrag für diese Veranstaltung inklusive Tagungsunterlagen, Mittagessen und Pausengetränken pro Person zzgl. MwSt. ist nach Erhalt der Rechnung fällig. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung. Die Stornierung (nur schriftlich) ist bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn kostenlos möglich, danach wird die Hälfte des Teilnahmebetrages erhoben. Bei Nichterscheinen oder Stornierung am Veranstaltungstag wird der gesamte Teilnahmebetrag fällig. Gerne akzeptieren wir ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer. Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor.

**DATENSCHUTZINFORMATION.** Die EUROFORUM Deutschland SE verwendet die im Rahmen der Bestellung und Nutzung unseres Angebotes erhobenen Daten in den geltenden rechtlichen Grenzen zum Zweck der Durchführung unserer Leistungen und um Ihnen postalisch Informationen über weitere Angebote von uns sowie unseren Partner- oder Konzernunternehmen zukommen zu lassen. Wenn Sie unser Kunde sind, informieren wir Sie außerdem in den geltenden rechtlichen Grenzen per E-Mail über unsere Angebote, die den vorher von Ihnen genutzten Leistungen ähnlich sind. Soweit im Rahmen der Verwendung der Daten eine Übermittlung in Länder ohne angemessenes Datenschutzniveau erfolgt, schaffen wir ausreichende Garantien zum Schutz der Daten. Außerdem verwenden wir Ihre Daten, soweit Sie uns hierfür eine Einwilligung erteilt haben. Sie können der Nutzung Ihrer Daten für Zwecke der Werbung oder der Ansprache per E-Mail oder Telefax jederzeit gegenüber der EUROFORUM Deutschland SE, Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf widersprechen.

**ZIMMERRESERVIERUNG.** Im Tagungshotel steht Ihnen ein begrenztes Zimmerkontingent zum ermäßigten Preis zur Verfügung. **Bitte nehmen Sie die Zimmerreservierung direkt im Hotel unter dem Stichwort „EUROFORUM-Veranstaltung“ vor.**

**IHR TAGUNGSHOTEL.**

Am Ende des ersten Konferenztages lädt Sie das Hilton Düsseldorf herzlich zu einem Umtrunk ein.



Name	
Position/Abteilung	
Telefon	Fax
E-Mail	Geb.-Datum (TTMMJJJJ)

Die EUROFORUM Deutschland SE darf mich über verschiedenste Angebote von sich, Konzern- und Partnerunternehmen wie folgt zu Werbezwecken informieren: Zusendung per E-Mail:  Ja  Nein Zusendung per Fax:  Ja  Nein

Firma
Anschrift
Branche
Ansprechpartner im Sekretariat

Datum, Unterschrift

Bitte ausfüllen, falls die Rechnungsanschrift von der Kundenanschrift abweicht:

Name
Abteilung
Anschrift

Wer entscheidet über Ihre Teilnahme?  Ich selbst oder  Name: \_\_\_\_\_ Position: \_\_\_\_\_

Beschäftigtenzahl an Ihrem Standort:  bis 20  21-50  51-100  101-250  251-500  501-1000  1001-5000  über 5000

## Anmeldung und Information

per Fax: +49 (0)2 11/96 86-40 40  
 telefonisch: +49 (0)2 11/96 86-34 62 [Mandy Lange]  
 Zentrale: +49 (0)2 11/96 86-30 00  
 schriftlich: **EUROFORUM Deutschland SE**  
 Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf

per E-Mail: **anmeldung@euroforum.com**  
**info@euroforum.com**  
 im Internet: **www.euroforum.de/onlinevertrieb**