Allianz

Allianz Suisse

14.12.2015 – 11:15 Uhr

Allianz Suisse geht digital neue Wege

Wallisellen (ots) -

- Radikale Vereinfachung und Beschleunigung der Angebotsprozesse für den Kunden
- Generalagenturen sind wichtiger Bestandteil der neuen Digitalstrategie
- Rebranding: Allianz24 wird ab Februar 2016 zu ELVIA

Das Kundenverhalten verändert sich durch die fortschreitende Digitalisierung in einer atemberaubenden Geschwindigkeit. Immer mehr Kunden informieren sich im Internet über Leistungen und Preise von Versicherungen, legen aber gleichzeitig grossen Wert auf eine persönliche Beratung, je näher es zum Abschlussprozess kommt. Die Allianz Suisse reagiert auf dieses Verhalten mit einer neuen Digitalstrategie.

Optimales Zusammenspiel von Off- und Onlinewelt

Fast jeder zweite Kunde informiert sich heute direkt über die Webseiten des Anbieters oder über eine Vergleichsplattform über den Preis eines Versicherungsprodukts und holt gleichzeitig eine Offerte ein - Tendenz stark steigend. Die andere Hälfte bevorzugt hingegen noch immer einen persönlichen Kontakt. Allerdings: Nur jeder zehnte Kunde schliesst dann auch tatsächlich eine Versicherungspolice online ab, mehr als zwei Drittel wählen Marktforschungsstudien zufolge noch den Weg über einen Berater. Dieser sogenannte RoPo-Effekt (Research Online - Purchase Offline) bildet das Kernstück der neuen Digitalstrategie der Allianz Suisse. "Wir passen unser Geschäftsmodell an die verschiedenen Kundenbedürfnisse an und stellen uns optimal für die neue digitale Ära auf. Der Kunde kann sich jetzt einfach zwischen den beiden Welten bewegen und schnell und unkompliziert von Online zu Offline - sprich unseren Aussendienstmitarbeitenden - wechseln. Das schafft ein völlig neues Kundenerlebnis", ist Severin Moser, CEO der Allianz Suisse, von der neuen Ausrichtung überzeugt. "Durch das optimale Zusammenspiel der Kanäle stärken wir gleichzeitig die Generalagenturen, denen potentielle Neukunden zugeführt werden. Das ist eine echte win-win-Situation, der Aussendienst ist ein wichtiger Bestandteil unserer Digitalstrategie", so Moser.

Radikale Vereinfachung: In nur fünf Schritten zum Angebot

Ausdruck findet die neue Digitalstrategie in einem radikal vereinfachten Angebots- und Abschlussprozess auf der neu gestalteten Internetseite www.allianz.ch/auto. Dort erhalten die Kunden in der Motorfahrzeugversicherung über den Prämienrechner ab sofort mit nur fünf Angaben (Fahrzeug, Zulassung, Alter, Wohnort, Nationalität) in wenigen Sekunden ein erstes indikatives Angebot. Früher waren dafür 25 Angaben notwendig. Anschliessend kann er aus den Produktpaketen "Budget", "Comfort" und "Top" das für sein Sicherheitsbedürfnis passende Angebot auswählen. Möchte er nicht online abschliessen und sich noch weitergehend informieren, wird dem Kunden automatisch eine telefonische Beratungsmöglichkeit mit dem Sales Customer Service, das die Allianz Suisse eigens für dieses Bedürfnis aufgebaut hat, oder eine persönliche Kontaktmöglichkeit mit einem Allianz-Berater in seiner Nähe angezeigt.

Severin Moser: "Mit diesem integrierten Vertriebsmodell unter der Kernmarke Allianz verknüpfen wir Onlineversicherung mit persönlicher Betreuung. Damit wollen wir zusätzliche Wachstumspotenziale nutzen und gleichzeitig die Kundenzufriedenheit steigern. Für uns ist das ein wichtiger Schritt in die digitale Zukunft und wir übernehmen hier eine Vorreiterrolle in der Schweiz." Das Produktangebot auf www.allianz.ch soll im kommenden Jahr sukzessive ausgebaut werden.

ELVIA ersetzt Allianz24

Der zweite wichtige Eckpfeiler der Digitalstrategie der Allianz Suisse ist die Ablösung der bisherigen Direktmarke Allianz24 durch die neue Onlinemarke ELVIA ab dem 1. Februar 2016. "Eine Kundenbefragung hat gezeigt, dass der Kunde nicht unterscheidet zwischen der Hauptmarke Allianz und Allianz24. Das hat zum Teil zu Verwirrung geführt", beschreibt Thomas Wegmann, CMO der Allianz Suisse, die Beweggründe für das Rebranding. "ELVIA verfügt in der Schweiz bereits über einen sehr grossen Bekanntheitsgrad und hohe Sympa-thiewerte. Durch die

separate Direktmarke ELVIA stärken wir den Hauptbrand Allianz, erhö-hen die Transparenz für den Kunden und können das Angebot flexibler auf die Bedürfnisse von reinen Onlinekunden ausrichten", sagt Wegmann. Für die Bestandskunden von Allianz24 ändert sich bis auf den neuen Namen nichts. Produktportfolio und Preisgestaltung bleiben unter dem ELVIA-Auftritt unverändert. Die bestehenden Kunden von Allianz24 werden in den kommenden Wochen schriftlich über diese Änderungen informiert.

Kontakt:

Hans-Peter Nehmer
Telefon: 058 358 88 01
hanspeter.nehmer@allianz.ch

Bernd de Wall
Senior Spokesperson
Telefon: 058 358 84 14
bernd.dewall@allianz.ch

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100008591/100781837 abgerufen werden.