

## Der Auftraggeber

Die Altersvorsorge erscheint kompliziert, mühsam und unzuverlässig. Hohe Kosten tragen zusätzlich zum schlechten Ruf bei. myPension löst dieses Problem mit Ihrer Lösung. Der Auftraggeber gibt die Hoheit über die Altersvorsorge wieder an den Kunden zurück. Der Kunde bestimmt, wann, wie viel und wie lange er spart.

Mit myLife und Vanguard hat der Auftraggeber zwei professionelle Partner mit Renommee aus den Bereichen Vermögensverwaltung und Lebensversicherungen an der Seite.

## Herausforderung

Als Anbieter einer neuartigen Software für die private digitale Altersvorsorge ist der Auftraggeber ein neuer Player auf dem Markt. Lediglich die Partnerunternehmen des Auftraggebers, die ING-DiBa AG, die Vanguard Group und die myLife Lebensversicherung AG verfügen über ein hohes Renommee. Im Rahmen einer Kooperation mit der ING-DiBa AG wurde eine Online Marketing Kampagne zur Generierung von Inbound Leads initiiert. Die Ads wurden auf der Website der niederländischen Direktbank, welche zu Hochzeiten bis zu 1.000.000 User täglich, zählt veröffentlicht.



In einem vorgelagerten Briefing stellten sich unterschiedliche Herausforderungen für das Projekt dar.

1. Quantitative Anforderungen aufgrund des Call- und E-Mail-Volumen
2. Qualitative Anforderung an die individuellen Bedürfnisse der Informationsinteressenten (1<sup>st</sup> & 2<sup>nd</sup> Level Support)
3. Fehlende Informationsmaterialien zum Produkt
4. Stark schwankendes Ad-Publishing bei dem Kooperationspartner

## Vorgehensweise

Das mehrköpfige Inside Sales Team – bestehend aus Inbound Experten, Projektmanager, Consultant und Kommunikationscoach – wurde in einem vorgelagerten Workshop in den Bereichen (Anlagen, Versicherungen und Steuern) der digitalen Altersvorsorge geschult. Eine fundierte Angebotsbesprechung, strukturierte Vorteilsargumentationen, themenbezogene Einwandbehandlung inkl. Fragenkatalog und eine Anwenderschulung der Mitarbeiter auf den Systemen des Auftraggebers setzten das Fundament für eine erfolgreiche Projektdurchführung.

1. **Verifizieren** der relevanten Ansprechpartner im Neukundenumfeld

2. **Potentialermittlung** nach festgelegten Qualitätskriterien und Erfassung des IST-Zustands im Hinblick auf die aktuelle Altersvorsorge

3. **Beratung** im 1st Level & 2nd Level Support gemäß Briefing

4. **Priorisierung** nach Investitions-potentialen (ABC – Kundensegmente)

5. **Termingenerierung** für den Vertrieb

Time for Action



„Für ein Unternehmen im Finance – Bereich, ist die telefonische Kundenbetreuung strategisch sehr wichtig. Die menschliche Interaktion verstärkt das Vertrauen als Voraussetzung für einen Abschluss. Das Team der MarketDialog zeigte eine rasche Auffassungsgabe und eine tolle Motivation. Entsprechend erfolgreich haben wir unsere Zusammenarbeit durchgeführt.“

Rogier Minderhout, Managing Director

Ein gutes Produkt ist essentiell doch entscheidend für den Erfolg sind die Menschen hinter dem Produkt.

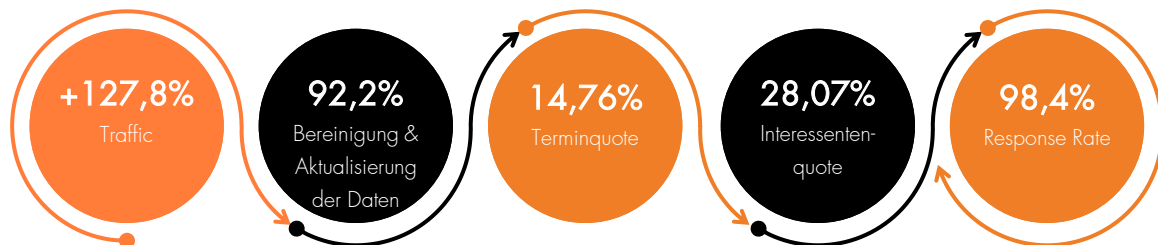
MarketDialog steht für professionellen und empathischen Vertrieb sowie für vertriebliche Leidenschaft.



**87%** der Befragten gaben an, dass Sie gut bzw. sehr gut über das Produkt des Auftraggebers informiert wurden.

**93%** First Call Resolution, d.h. dass diese Anliegen, Fragen oder Probleme beim ersten Anruf geklärt wurden konnten.

## Resultate des Lead Nurturing Projektes



„Wir haben nur eine Chance einen guten Eindruck zu hinterlassen. Jeder Kontakt zum Kunden hat einen Einfluss darauf, ob sie zurückkommen oder nicht. Wir müssen jedes mal großartig sein, sonst werden wir sie verlieren.“

Kasimir Patzwald, Head of Sales



Engagieren Sie einen Sales Profi.

*Erweitern* Sie Ihr Vertriebsteam.

Weitere Case Studies

Sprechen Sie mit uns.