

White-Paper

Lead-Manager

der

**Innuendo GmbH
Nußbaumstraße 4
80336 München**

und

**Segler GmbH
Neckarstraße 9
81677 München**

Inhaltsverzeichnis

Vertriebserfolg - ein Glückspiel?	3
Nutzen für das Unternehmen	3
Funktionalitäten des Lead Managers	4
Promotion	4
Interessenten-Kontakt-Formular	4
Online-Feedback auf das Kontaktgesuch	5
Email-Feedback auf das Kontaktgesuch	6
Dispatching an den Außendienstmitarbeiter	7
Reklamationshandling	8
Abrechnung der Leads mit den Maklern	9
Wiedervorlage	10
Umsatzerfassung	10
Kennzahlbildung und Reporting	10
Cockpit-Funktionen für die Außendienststeuerung	11
Prozess-Übersicht Back Office	12
Prozess-Übersicht Makler	13
Kosten für die Implementierung des Prozesses	14

Vertriebserfolg – ein Glückspiel?

Reproduzierbare Vertriebserfolge im Verkauf erklärungsbedürftiger Produkte

Viele Finanzdienstleistungs- und Versicherungsunternehmen haben keinen zentral organisierten Prozess zur Neukunden-Akquise. Die Aufgabe der Akquise neuer Kunden wird an die Außendienstmitarbeiter delegiert. Diese beginnen in ihrem persönlichen Umfeld zu akquirieren. Ist das vorhandene Potenzial ausgeschöpft, setzt das Unternehmen auf das Glück des Tüchtigen. Das vielzitierte Gesetz der großen Zahl ist lediglich ein Synonym für den Zufall. Sollte den Außendienstmitarbeiter sein Glück verlassen, dreht sich das Personalkarussell.

Es suchen täglich tausende von potenziellen Kunden nach Produkten und Produktinformationen im Internet, gleichzeitig sind die tausende von Anbietern auf der Suche nach Interessenten.

Der Lead-Manager der Innuendo GmbH bringt Produkthanbieter und Interessenten auf einer Internet-Plattform zusammen. Durch die Platzierung von Produkt-Alleinstellungsmerkmalen und der Bereitstellung von Informationen, die für die Kaufentscheidung relevanten sind, wird der Interessent motiviert, seine Kontaktdaten preiszugeben.

An dieser Stelle im Prozess kann die Adresse an den lokalen Außendienstmitarbeiter zur weiteren Betreuung weitergegeben werden.

Der Vertrieb entwickelt sich so vom Glücksspiel zum reproduzierbaren Prozess.

Nutzen für das Unternehmen

Neben der steuerbaren Steigerung der Umsätze, kann das Lead-Management als Basis für die Entwicklung von Kennzahlen für das Forecasting dienen und damit eine Kennzahl der potenziellen Umsatzentwicklungen liefern.

Mögliche Kennzahlen sind:

Messung der durchschnittlichen Dauer zwischen dem Eingang eines Leads und dem Abschluss eines Vertrages.

Bildung einer Kennzahl: Anzahl Leads / Kunden

Bildung einer Kennzahl: Kunden / durchschnittliches Abschlussvolumen

Erfassung des Empfehlungsgeschäfts aus den generierten Leads

Summe des Umsatzes aus den generierten Leads.

Funktionalitäten des Lead-Managers

Promotion

Die Präsenz im Internet allein sorgt noch nicht für regen Besuch auf der Website. Die Anzahl der Visits lässt sich durch Suchmaschinen-Optimierung und weitere Kampagnen drastisch steigern. Um eine hohe Conversion-Rate zwischen Besuchern und namentlich bekannten Leads zu erreichen, muss der gesamte Prozess optimiert werden.

Interessenten-Kontaktformular

Um eine möglichst hohe Conversion-Rate zu erzielen, müssen die Produkt-Alleinstellungsmerkmale auf dem Interessenten-Kontaktformular mit den eingegebenen Suchbegriffen weitgehend übereinstimmen.

Die gesamte Kampagne sollte also in unterschiedliche Segmente unterteilt und für diese Segmente sollten jeweils die verschiedenen Produkt-Alleinstellungsmerkmale herausgearbeitet werden. Denn ein Interessent der z. B. nach „Altersvorsorge-Rating“ sucht, legt seiner Kaufentscheidung andere Kriterien zugrunde als ein Interessent, der nach „Altersvorsorge Selbständiger“ sucht.

Der Lead-Manager stellt die notwendigen Funktionalitäten zur Verfügung, um parallel unterschiedliche Kontaktformulare verwalten und bewerben zu können. Durch die Verwendung von globalen Textkonstanten, die beim Aufruf des Kontaktformulars durch den Interessenten gefüllt werden, vereinfacht sich die Verwaltung und das Aufsetzen der Kampagne stark.

Vergleichen Sie kostenlos! - Microsoft Internet Explorer

Adresse <http://www.ihr-vorsorge-vergleich.de/standard/RV>

Google Web-Suche PageRank Optionen

kostenloser Vergleich: Kapitallebensversicherung

kostenloser Vergleich: Rentenversicherung

Online Vergleich private Rentenversicherungen

Die Renditen von privaten Rentenversicherungen differieren stark. So geben die in unserem Vergleich untersuchten Gesellschaften erzielbare Renditen zwischen 2,75% und 13,7% p. a. an.

Durch geschickte Produktauswahl können Sie über die Laufzeit mehrere 100.000 € an zusätzlichem Kapital aufbauen.

Mit unserem **Online Rechner** helfen wir Ihnen eine **hervorragende Altersvorsorge** mit **hohen Renditen** auszuwählen.

Berechnen Sie jetzt das mögliche Ergebnis Ihrer Vorsorge mit unserem Vorsorge-Rechner.

Um für Sie einen **objektiven Vergleich** verschiedener Produkte durchführen zu können, benötigen wir die folgenden Daten.

[Nutzungsbedingungen](#) · [Impressum](#)

Ihr persönlicher Schnellrechner

Persönliche Daten

männlich weiblich

Vorname *:

Nachname *:

Straße/Nr. *:

PLZ/Ort *:

Geburtsdatum *(TT.MM.JJJJ):

Berufsgruppe: Angestellter

Berufsbezeichnung:

Kommunikation

Sie bekommen nach dem Absenden Ihrer Daten an diese EMail Adresse eine individuelle Modellrechnung gesendet!

Email *:

Geben Sie bitte mindestens eine Telefonverbindung an unter der Sie erreichbar sind!

Telefon privat:

Tel. geschäftlich:

Mobil:

Fax:

Sie können mich am besten telefonisch erreichen unter:

privat geschäftlich mobil

Versicherungsdaten

Starttermin meiner Vorsorge: Juli 2004

Investition

regelmäßige Aufwendung: monatlich €

gewünschte month. Rente: €

Fertig Internet

Online-Feedback auf das Kontaktgesuch

Nach dem Ausfüllen des Kontaktformulars erhält der Interessent ein erstes Feedback auf seine eingegebenen Werte. Hier können Produkthanbieter spezifisch die Produkt-Alleinstellungsmerkmale in geeigneter Form platzieren, die der Außendienstmitarbeiter im späteren Prozess dem Interessenten präsentiert. Schon an dieser Stelle kann die Kaufentscheidung vorbereitet werden.

Email-Feedback auf das Kontaktgesuch

Parallel zum Online-Feedback werden per Email Produktinformationen verschickt, die den Interessenten in Bezug auf die Alleinstellungsmerkmale weiter sensibilisieren und so die Kaufentscheidung weiter vorbereiten. Hier ein Beispiel eines Email-Feedbacks aus einem Kundenprojekt:

Deutsche Versicherungen in der Krise

Sehr geehrter Herr Heyrowsky,

was lange Zeit unmöglich schien, ist inzwischen bittere Wahrheit geworden: Die ersten deutschen Lebensversicherungsgesellschaften stehen unter Zwangsverwaltung. Und weitere werden folgen; Branchen-Insidern zufolge, ist mit bis zu 35 weiteren Gesellschaften zu rechnen, die wegen fehlender Kapitalbasis ins Trudeln zu geraten drohen.

„Ist mein Geld bei der Versicherung überhaupt noch sicher?“ fragen sich immer mehr Verbraucher zu Recht. Gerade wurde der Rechnungszins von 3,25 % auf 2,75 % gesenkt und die Prognosen der Überschussbeteiligungen werden z. Z. ebenfalls nach unten korrigiert.

Die Lösung: Anlagepools mit garantiertem Wertzuwachs

Fazit: Mehr Ertrag bei höherer Sicherheit

Stabilität: Ununterbrochene Bonuszahlungen, selbst während der beiden Weltkriege

Sicherheit: Garantierter Wertzuwachs und garantierte Renditen von exzellenten

Garanten mit bester S & P-Bewertung (AA)

Rendite: Durchgehend zweistellige Renditen in den letzten 25 Jahren

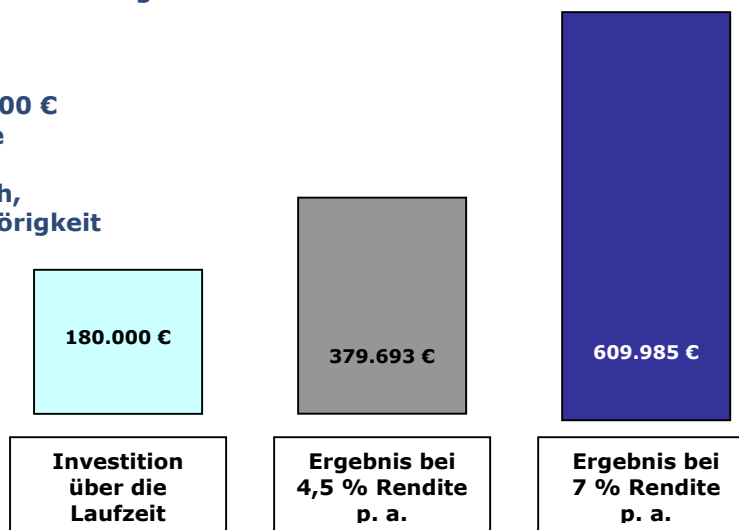
Ihre Angaben:

Monatlicher Beitrag: 500 €

Eintrittsalter: 30 Jahre

Laufzeit: 30 Jahre

**Nichtraucher, männlich,
deutsche Staatsangehörigkeit**



	Deutscher Versicherer	unsere Alternative
Ihre Investition über die Laufzeit	180.000 €	180.000 €
Ihr Ergebnis bei	bei 4,5 % Rendite p. a.	bei 7 % Rendite p. a.
Kapitalabfindung oder	Laufzeit: 379.693 €	Laufzeit: 609.985 €
Rente ohne Kapitalverzehr	1.423 €	3.558 €

Dispatching an den Außendienstmitarbeiter

Nach dem Eingang des Leads wird dieser Kontakt entweder intern durch das Back Office gesichtet und dann an den Außendienstmitarbeiter weitergeleitet, oder auf Basis von hinterlegten Regeln automatisch verteilt.

Heute bereits hinterlegbare Regeln sind:

- Produkt-Kategorie
- Postleitzahl
- maximale Abnahmemenge
- Gewichtung nach der Wahrscheinlichkeit eines Abschlusses aus Sicht des Außendienstmitarbeiters (Einführung der Funktionalität erst nach ausreichend langer Testphase sinnvoll)
- und einer sinnvollen Kombination obiger Kriterien

Manuelles Weiterleiten einer Anfrage:

Nicht zugeordnete Interessentenanfragen

Antrag	Art	Eingang	Vorname	Nachname	PLZ/Ort	Termin
EH-0003-00000506-00000449	Lebensversicherung	06.05.2004 11:42	Herbert	Feuerstein	12345 StEinhausen	---
EH-0003-00000505-00000448	Lebensversicherung	06.05.2004 11:25	Mira	Meier	67575 Mauth	☺
EH-0003-00000502-00000447	Lebensversicherung	06.05.2004 11:04	Heinzel	Männchen	12345 Mainz	---

Vorschläge zur Zuweisung. Automatische Sortierung der Makler nach PLZ-Zuordnung

Mehrstufige Reklamationsverarbeitung

Reklamations-Handling

Je nach definiertem Prozess können Anfragen über den Lead-Manager reklamiert werden. Die Reklamationen werden in der Plattform erfasst und dem Back Office zugewiesen.

Nach der Reklamation der Anfrage durch den Makler erscheint die Reklamation als solche gekennzeichnet

The screenshot shows a web browser window titled 'Finanzprodukt - Microsoft Internet Explorer'. The address bar shows the URL: <http://heinzelmann.demoplattform.innuendo.de/intern/finanzprodukt/?antragid=449&kundeid=506>. The main content area displays a customer profile for 'Herbert Feuerstein' with the following details:

- Status:** Neu
- Eingang:** 06.05.2004, 11:42
- Bezeichnung:** EK-0003-00000506-00000449
- Produkttyp:** Lebensversicherung
- Starttermin:** 01.06.2004
- Investition:**
 - regelmäßiger Aufwand € 1.111,00 monatlich
 - Versicherungssumme € 0,00
 - Ablaufleistung € 0,00
- Leistung:**
 - nach Jahren 11
 - im Alter von 0
- Leistung:** Angebot für Kunde

On the right side, there is a 'Personendaten' section with the following information:

- Art:** Privatkunde
- Geschlecht:** männlich
- Vorname:** Herbert
- Nachname:** Feuerstein
- Anschrift:**
 - Strasse/Nr. Friedensalle 1
 - PLZ/Ort 12345 Steinhausen
- Geburtsname:**
- Titel:**
- Geburtsdatum:** 10.10.1981
- Geburtsort:**
- unterhaltsberechtignte Kinder:**
- Staatsangehörigkeit:**
- Familienstand:** ledig
- Güterstand:** gesetzlich
- Berufsgruppe:** Angestellter
- Berufsbezeichnung:**
- Arbeitgeber:**
- beschäftigt seit:** befristet bis
- Bruttogehalt:** 0,00 € **Nettogehalt:** 0,00 €
- Steuerklasse:** Steuerklasse I

At the top right of the profile, there is a 'Reklamation' status indicator showing a red circle with a white exclamation mark, indicating a complaint. The text 'Reklamation' is visible next to it. A callout box points to this indicator with the text: 'Nach der Reklamation der Anfrage durch den Makler erscheint die Reklamation als solche gekennzeichnet'.

At the bottom left, there is a 'Kommunikation' section with a 'Nummer nachschlagen' field and a 'DasTelefonbuch.' logo. Below it, there are radio buttons for 'bevorzugt' (Handy, Telefon privat, EMail, Fax, Telefon beruflich) and input fields for each.

The browser's status bar at the bottom shows 'Fertig' and 'Internet'.

Abrechnung der Leads mit den Maklern

Über die Plattform werden alle Leads, die an die Makler weitergeleitet wurden abgerechnet.

Einzelabrechnung - Microsoft Internet Explorer

Adresse: <http://heinzmann.demoplattform.innuendo.de/intern/einzelabrechnung/formSubmit>

Status
Name: Ulrich Schreiner
Kennung: us@innuendo.de
Persönlicher Postkorb
16.07.2004, 10:00

Menü
Übersicht
Administration
Einzelabrechnung
Statistik
PLZ Statistik
Antrag [Herbert Feuerstein]
Suchen

Einzelabrechnung
Heinzel, Heinz (Zentrale)
 Heute
 in den letzten sieben Tagen
 Seit Anfang dieser Woche (Montag)
 Seit Anfang des Monats
 vergangene Woche
 vergangener Monat
 von: 1.1.2004 bis: 1.1.2005 (jeweils DD.MM.JJJJ)
 Erzeugen Sammelabrechnung Belege

Heinzel, Heinz (Zentrale)

München, den 16.07.2004

Rechnung

Sehr geehrte Damen und Herren,

hiermit erlauben wir uns, Ihnen folgende Leistung im Zeitraum vom 1.1.2004 bis 1.1.2005 in Rechnung zu stellen:

Menge	Einheit	Beschreibung	Preis/Einheit	Preis
1	Stk	Leads 'Lebensversicherung'	30,00 €	30,00 €
			Summe:	30,00 €
			zzgl. 16% MwSt:	4,80 €
			Gesamt:	34,80 €

Der Betrag wird wie vertraglich vereinbart vom Konto 0123456789012345, BLZ bei der abgebucht.

Mit freundlichen Grüßen
Heinzi Heinzelmann

Erzeugen einer Belegliste mit Auflistung aller eingegangenen Anfragen und der Verteilung an die verschiedenen Makler. Sortierkriterium ist der Makler.

Erzeugen einer Einzelabrechnung mit einem aus dem Drop-Down-Menu ausgewählten Makler

Erzeugen einer Sammelabrechnung mit allen im System angelegten Maklern. Rechnungsausgabe-Format ist eine PDF-Datei, die anschließend ausgedruckt und verschickt werden kann.
Achtung: Zur Abgrenzung der einzelnen Zeiträume sollte der Rechnungszeitraum abgeschlossen sein.

Wiedervorlage

Zu jedem Lead kann eine Wiedervorlage hinterlegt werden, über die der Außendienstmitarbeiter seine Arbeit mit dem System steuern kann.

Das Erfassen der Aktivitäten kann zur Bildung von Kennzahlen für die Qualität der Betreuung verwendet werden.

Umsatzerfassung

Zu jedem Lead kann der Umsatz und das abgeschlossene Produkt ermittelt werden.

Das Erfassen der Umsätze kann zur Bildung von Kennzahlen für die Wahrscheinlichkeit eines Abschlusses und damit auch als Basis für die Anzahl der zugewiesenen Anfragen verwendet werden.

Kennzahlbildung und Reporting

Neben den bereits erwähnten Kennzahlen

- Aktivitäten pro Lead
- Durchschnittlicher Umsatz pro zugewiesenem Lead

können folgende Kennzahlen gebildet werden:

- Umsatz pro Lead
- Messung der durchschnittlichen Zeitspanne zwischen Zuweisung des Leads und Abschluss

Die Kennzahlen können projektspezifisch erweitert werden.

Aktivitätsverfolgung der Makler

Natürlich kann neben den Kennzahlen auch ein allgemeines Tracking der Mitarbeiter genutzt werden. Hierzu werden entweder die Leads angezeigt, die ein bestimmter Makler in einem Zeitraum bekommen hat oder alle in der Kontakthistorie vermerkten Aktivitäten.

The screenshot shows a web application interface for tracking sales activities. The interface is titled "Statistik - Microsoft Internet Explorer" and displays a sidebar menu, a main content area with filters, and a table of activities. Three callout boxes provide annotations:

- Selektion eines Mitarbeiters aus einer Drop-Down Liste aller aktiven Aussendienstmitarbeiter**: Points to the "Makler:" dropdown menu.
- Anzeigen aller Anträge innerhalb eines Zeitraums**: Points to the date range selection fields ("von: 1.1.2004 bis: 1.1.2005").
- Darstellung aller Aktivitäten innerhalb des angegebenen Zeitraums**: Points to the table of activities below the filters.

Antrag	Änderung	Name	Art	techn. Beschreibung
2	06.05.2004, 11:48	Herbert Feuerstein	Reklamation geändert	Stufe: 2, Wert:REKL, Text:telefonnummer nicht recherchierbar
1	06.05.2004, 11:48	Herbert Feuerstein	Reklamation geändert	Stufe: 1, Wert:REKL, Text:telefonnummer falsch

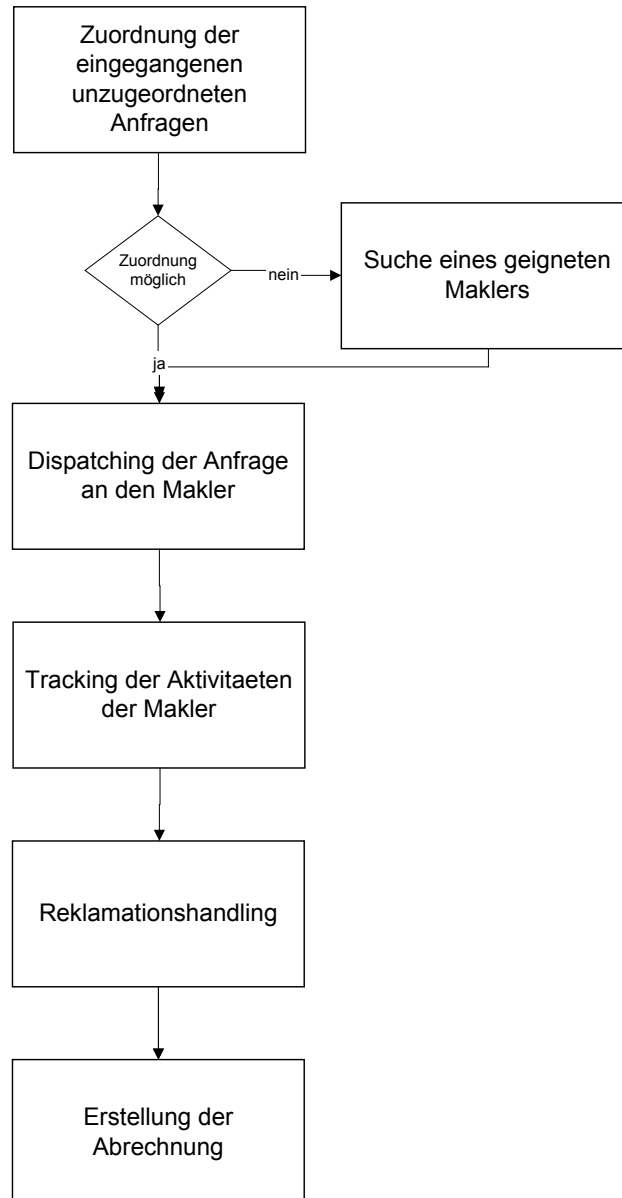
Cockpit-Funktionen für die Außendienststeuerung

Aus den oben definierten Kriterien kann für die Management- und Direktions-Ebene ein Außendienst-Steuerungs-Cockpit realisiert werden. Die Performance eines einzelnen Außendienstmitarbeiters ist online mess- und bewertbar und zwar nicht allein auf der Ebene der Umsatzhöhe sondern auch auf Einzelabschluss-Ebene.

So können einzelne Außendienstmitarbeiter gezielt geschult und die Abschlussquote pro Lead erhöht werden.

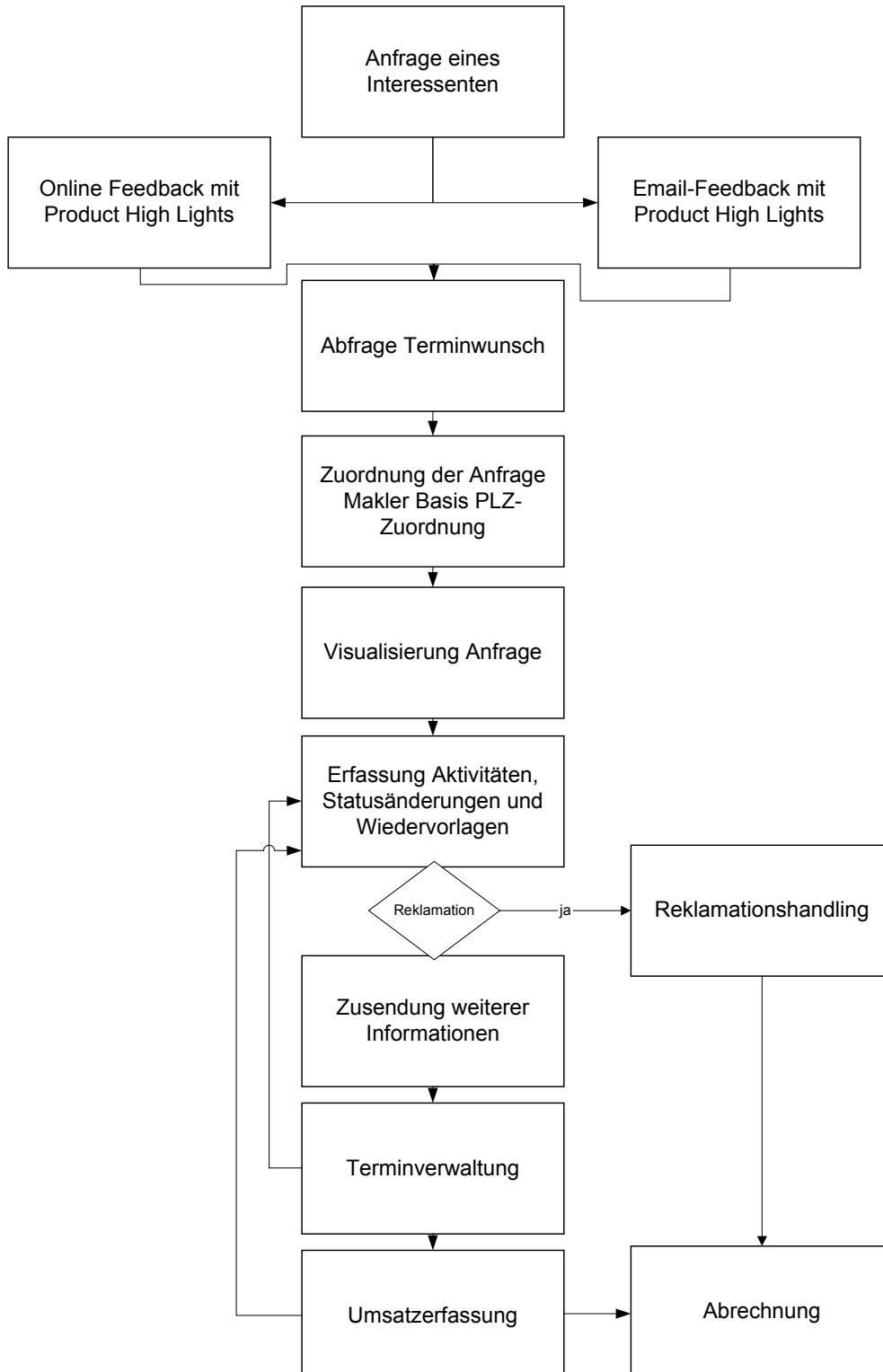
Prozessübersicht Back-Office

Prozesse Back Office



Prozessübersicht Makler

Prozesse Makler



Kosten für die Implementierung des Prozesses

Bei langfristiger Zusammenarbeit fallen keine Vorabkosten an.

Abrechnung auf Basis Preis-pro-Lead. Der Preis pro Lead wird je nach Thema und Produkt-Alleinstellungsmerkmalen individuell kalkuliert.

Beispiel:

Aufgabenstellung:

Generierung von Interessenten zum Thema private Rentenversicherung

Produkt „hohe Rendite“ mit einer durchschnittlichen Rendite von 13,3 % p. a.

Produkt „eingeschlafene Füße“ mit einer durchschnittlichen Rendite von 2,75 % p. a.

Falls keine weiteren, für den Interessenten unmittelbar wahrnehmbaren Produkt-Alleinstellungsmerkmale vorliegen, ist die Generierung von Leads für das Produkt „hohe Rendite“ einfacher als für das Produkt „eingeschlafene Füße“.

Dies spiegelt sich auch im Preis pro Lead wider.