

Vertriebskommunikation
für Banken und Versicherungen

touchmore

Berufsunfähigkeitsversicherung mit Augmented Reality erklärt, Absatz verdoppelt

Kunde: Signal Iduna
Bereich: Absicherung



Die Ausgangssituation

Beim Stichwort „Versicherung“ fallen schnell die Augenlider zu.

Es geht um Geld, Gesetze und erklärungsbedürftige Lösungen für Probleme, die man lieber verdrängt.

Um so wichtiger, die Vorteile attraktiv zu präsentieren.



Die Aufgabe

Der Vertrieb und die Makler der SIGNAL IDUNA sollen die Produktverbesserungen der neuen Einkommenschutz-Versicherung kennenlernen.

Die Kernaussage:

*„SI Work-Life – So individuell, wie ihr Leben.
Für (finanzielle) Freiheit im Fall der Fälle.“*



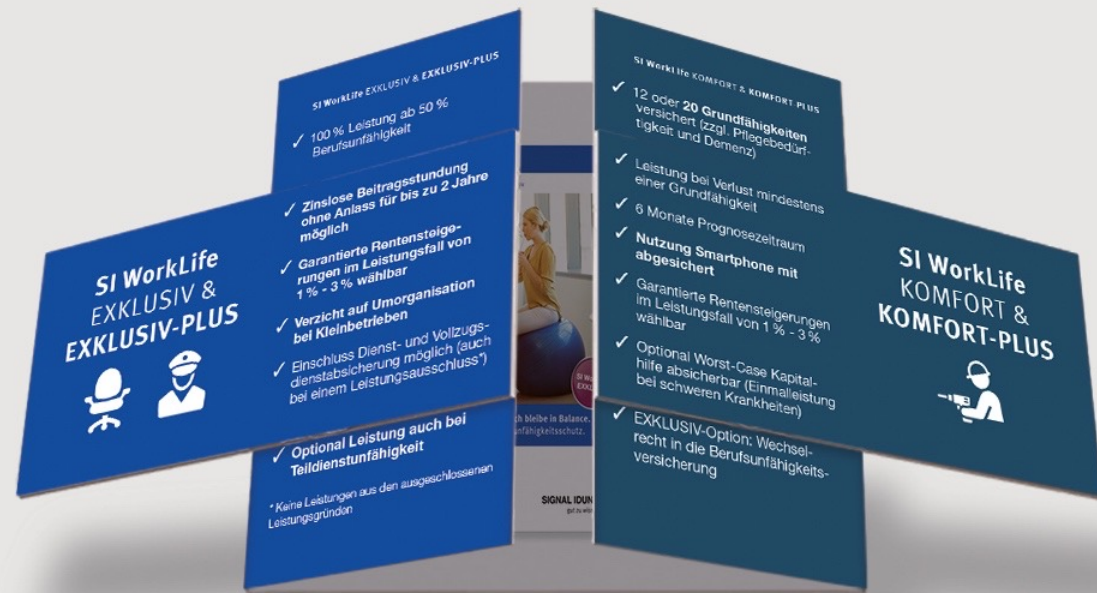
Die Lösung

Eine Logoloop Endloskarte bringt Konzepte wie “Freiheit” und “Flexibilität”, „Neue Perspektiven“ durch die Faltbewegung in eine intuitiv erfahrbare Form.

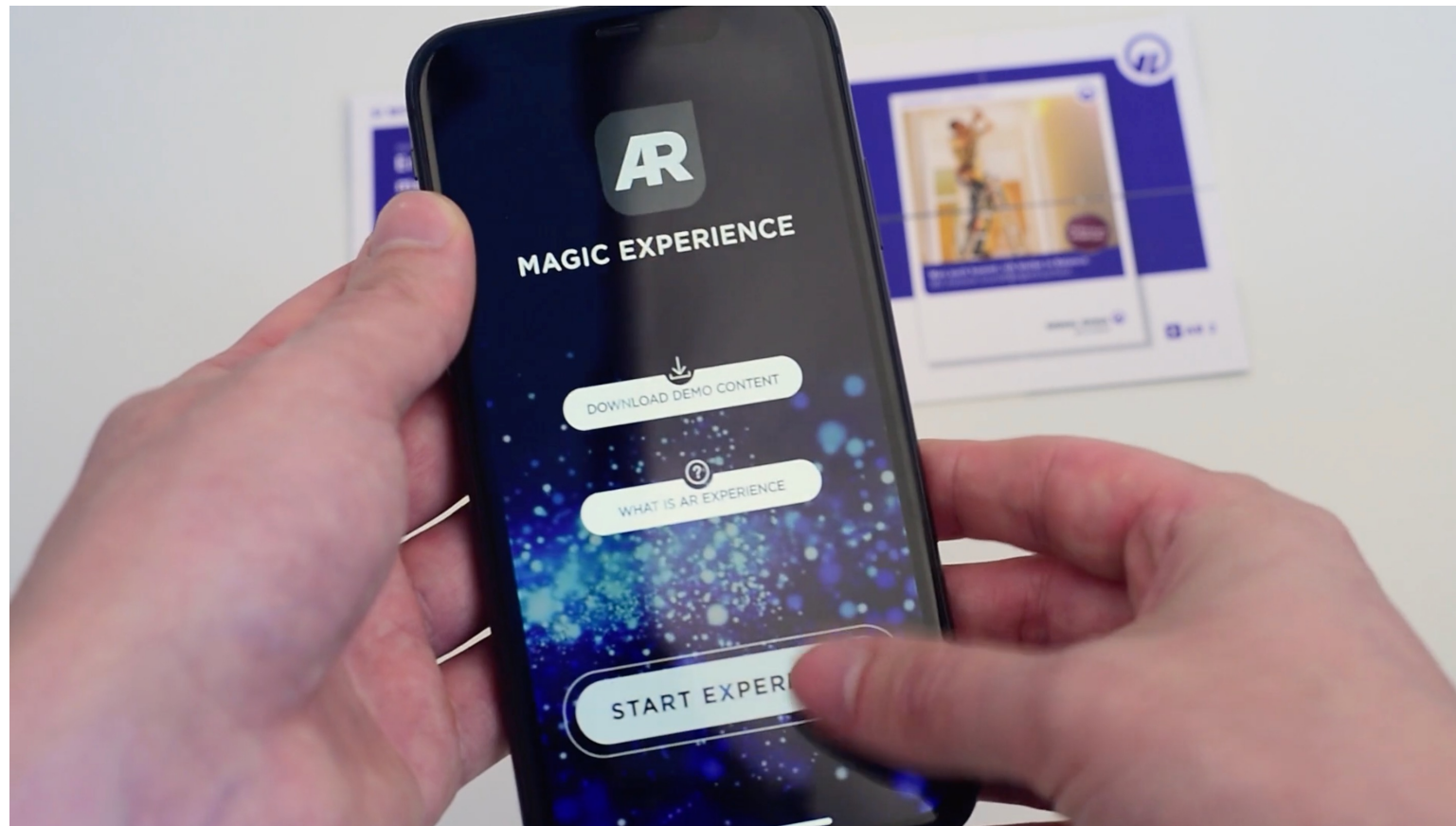
Die AR-Funktionalität sorgt dafür, dass sich der Vertrieb spielerisch mit dem Thema und den Leistungen auseinandersetzt und gerne damit beschäftigt.

Produkthighlights und Varianten werden somit spielerisch leicht vermittelt. Das gibt Sicherheit – auch im Umgang mit dem Kunden.





Demofilm [\(zu Vimeo\)](#)



Das Ergebnis

- Nach anfänglicher Skepsis einiger Makler machte sich durch die Erfahrungen im Kundenkontakt Begeisterung im Vertrieb breit.
- Innerhalb der ersten 6 Monate wurden doppelt so viele Versicherungen abgeschlossen wie im vergleichbaren Vorjahreszeitraum.
- Die Versicherungsmakler berichteten, dass Kunden nach der Präsentation auffallend selten über den Preis diskutieren.



Feedback

"Der Vertrieb war richtig begeistert und wir konnten den Absatz von Work-Life in 6 Monaten verdoppeln. Ein nahezu unglaubliches Ergebnis."



Detlef Tripp

Abteilungsleiter Marketing Leben und Renten
Signal Iduna

Fühlbar mehr Wirkung



02191 - 98370



intouch@touchmore.de



www.touchmore.de



Link zu dieser [Case Study](#)