

# Whitepaperangebot der Versicherungsforen Leipzig

**2024**



# Whitepaper

## Wissen generieren und Kommunikationsanlässe schaffen

- Ein Whitepaper bietet einen fachlich fundierten, kompakten Überblick zu einer bestimmten Themenstellung.
- Insbesondere für die externe Kommunikation nutzbar
- Umfang 6-8 Seiten
- Basis: Sekundärdaten auf Grundlage von Desk research
- Erhebung von Primärdaten zur Ergänzung möglich z. B. Kunden- oder Expertenumfrage, Experteninterviews, Expertenworkshop und Ergebnisaufbereitung...

# Bestandteile und Preisgestaltung I

## WHITEPAPER BASISPAKET (obligatorisch)

- Aufbereitung eines Whitepapers (exkl. Layout)
- Basis: Desk research

ab 6.500 EUR

## WHITEPAPERREIHE

- Ausweitung eines Themas zu einer Whitepaperreihe (exkl. Layout)
- Basis: Desk research

ab 4.500 EUR  
pro zusätzlichem Whitepaper

# Bestandteile und Preisgestaltung II

Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt.  
\*pro Durchführung bzw. Whitepaper

## WHITEPAPER BASISPAKET (obligatorisch)

ab 6.500 EUR

## WHITEPAPERREIHE

ab 4.500 EUR  
pro zusätzlichem Whitepaper

## WHITEPAPER + Vertiefen Sie Ihre Ergebnisse mit exklusiven Marktforschungsdaten!

### ONLINE-EXPERTENUMFRAGE

- Online-Umfrage im Netzwerk der Versicherungsforen (ca. 6-8 Fragen)
- Erstellung u. Programmierung Fragebogen
- Teilnehmerakquise und Reminder
- Auswertung

+ ab 5.500 EUR\*

### EXPERTENINTERVIEWS

- 4 Kurzinterviews (20-30 Minuten) mit ausgewählten Experten aus dem Netzwerk der Versicherungsforen
- Erstellung Interviewleitfaden
- Teilnehmerakquise
- Auswertung

+ ab 5.500 EUR\*

### EXPERTENWORKSHOP

- Workshop (1-2h) zur Ideengenerierung mit Experten aus dem Netzwerk der VFL im Rahmen einer Veranstaltung
- Vorbereitung und Durchführung
- Auswertung

+ ab 4.500 EUR\*

## ONLINE-ENDKUNDENUMFRAGE

- Online-Umfrage unter Endkunden (ca. 6-8 Fragen)

- Erstellung u. Programmierung Fragebogen
- Teilnehmerakquise
- Auswertung

In Kooperation mit Digital Impact Labs Leipzig

+ ab 7.000 EUR\* (zzgl. Incentivierungskosten)



# Ihr Nutzen

## Insights generieren und als Experte präsentieren

- Exklusive Themenaufbereitung
- Umfangreiche Gestaltungsmöglichkeiten anhand der individuellen Bedürfnisse
- Beantwortung spezifischer Fragestellungen
- Präsenz im Markt zeigen
- Als Experte positionieren
- Anknüpfungspunkte zur Kundenansprache schaffen

# Ergebnispräsentation

Präsentieren Sie Ihr Whitepaper im Netzwerk der Versicherungsforen!

- Inspirieren durch Vorträge & Fachartikel
- Vermitteln in Workshops & Werkstätten
- Austauschen auf Fachkonferenzen, Messekongressen & User Groups

## Zusätzliche Optionen:

### Grafische Aufbereitung

- Grafische Aufbereitung eines Whitepapers durch Versicherungsforen Leipzig
- ab 1.900 EUR

### Infografik

- Erstellung einer Infografik auf Basis eines Whitepapers
- ab 600 EUR

### Webinar

- Online-Expertentalk mit VFL zur Vorstellung eines Whitepapers
  - Terminorganisation & -betreuung
  - Teilnehmerakquise
- 3.900 EUR

### Zusatzinhalte

- Zusatzcontent ergänzt das Whitepaper
  - z.B. Videointerview zu Use Cases, Erklärvideo zu Begrifflichkeiten
- Preis abhängig von Umfang und individuellen Absprachen

# Referenzen

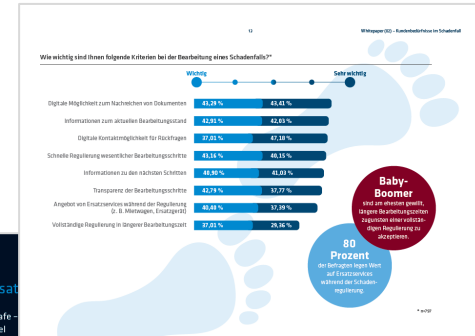
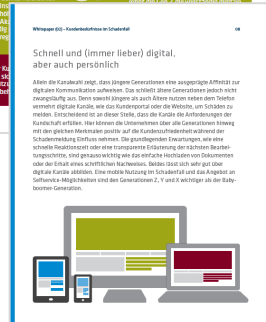
# Kundenbedürfnisse im Falle einer Schadenmeldung als Wandlungstreiber

## Inhalt

Welche Bedürfnisse haben die Kundinnen und Kunden im Schadenfall?  
 Unterscheiden sich die Bedürfnisse innerhalb der verschiedenen Generationen (Baby Boomer, Gen X, Gen Y, Gen Z)?

## Methodik

Online-Befragung von Endkunden in Kooperation mit DI Lab



**Whitepaper plus !**

Eine Kundenbefragung dient zum Vertiefen der Informationen.



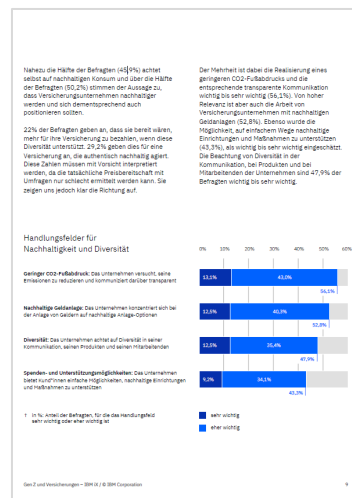
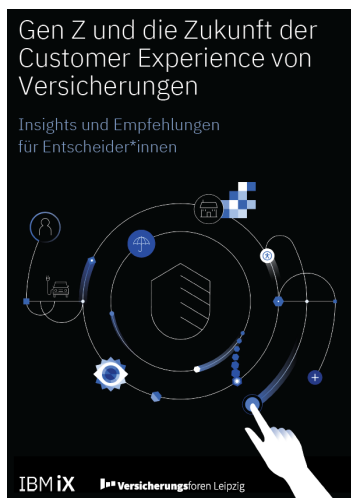
# Gen Z und die Zukunft der Customer Experience von Versicherungen

## Inhalt

- Generation Z → Die Zielgruppe der Zukunft
- Informationsbeschaffung und Beratung → Klar verständlich und transparent
- Online-Abschluss → Kurze und klare digitale Abschlussstrecken
- App und Kund\*innenportal → Die digitalen Servicekanäle für die Gen Z
- Versicherungsprodukte → Nachhaltigkeit und Diversität geben die Richtung vor

## Methodik

- Online-Befragung von Endkunden
- Experteninterviews mit Branchenvertretern



Eine mögliche Ursache liegt in der Unkenntnis in Bezug auf Versicherungen. Die Versicherungsanbieterenden können hier helfen.

In der Rolle einer Wissensvermittlerin und transparenten Lebensbegleiterin können sie die von der Generation so dringend gesuchte Orientierungshilfe geben und zum Ankerpunkt des Sicherheitsbedürfnisses werden.

Nur **7,2%** sagen, sie kennen sich mit Versicherungen sehr gut aus

Zusammenfassend ergeben sich folgende Handlungsfelder für App und Kund\*innenportal

- Top User Experience:** Muss oberste Priorität haben. Involvement in die Qualität der User Experience für die Erbringung besserer und auch für die Bewertung neuer Funktionen ist ein entscheidendes Kriterium für den Erfolg auf dem Markt und verhilft es auch zu neuen Leads. Die Basis bildet hier eine einfache Bedienbarkeit. Darüber hinaus müssen digitale Services aber auch Spaß machen und begeistern. Auch ein eigenes Kundenkonto nach einer zu aktivieren kann eine gute Experience helfen.
- Aktivieren Sie die Möglichkeiten des neuen Kanals App:** Vor allem Apps bieten den Versicherungsgebern die Möglichkeit zu häufigen Kontaktpunkten mit Kund\*innen. Für die Erbringung ist dies von hoher Bedeutung. Im Zweifel können Sie sagen: Das große Ziel: Lebensbegleiter zu sein. Das gelingt nur mit echten Interaktionen, die das Leben erleichtern. Hierfür braucht es vor allem zwei Dingen und die Bereitschaft, sie mit Much auszuüben.
- PSD2 und Open Banking:** Bieten großes Potenzial für die Zukunft. In diesem Bereich spielt viel Potenzial für innovative Services, die zum Leben werden können. z.B. Beratung auf der Basis einer überprüften Analyse von Profilen. Auch wenn die Kund\*innen dem Thema bereits noch nicht ganz offen sind, ist dies ein Feld, das sich im Laufe der Zeit öffnen wird. Hier gehen Neuen Service Ideen und zukünftige Kommunikation können weiterbringen die von jüngeren Kund\*innen überlegen.

## Whitepaper plus !

Eine Endkundenumfrage und Experteninterviews dienen zum Vertiefen der Informationen.

# DATENGETRIEBENES SCHADENMANAGEMENT

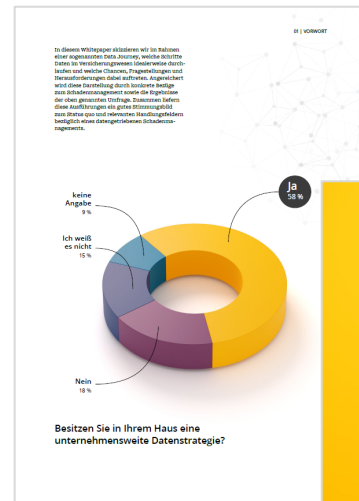
## Inhalt

Data Journey: Welche Schritte durchlaufen Daten im Versicherungswesen idealerweise?

Welche Chancen, Fragestellungen und Herausforderungen treten dabei auf?

## Methodik

Online-Befragung von Branchenexperten aus dem Bereich Schadenmanagement von Versicherungsunternehmen



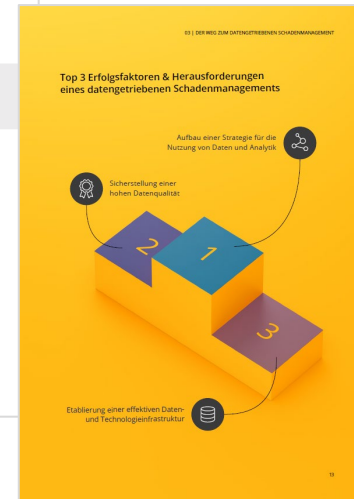
02.3 | DATEN ANALYSIEREN, INTERPRETIEREN UND VISUALISIEREN

Das Schließen zu verstehen, ist ein Prozess, der nicht nur die Daten, sondern auch die Kontexte, die sie umgeben, betrachtet. In der Praxis ist dies oft eine Herausforderung, da die Daten oft unstrukturiert und unvollständig sind. Die Analyse dieser Daten erfordert eine sorgfältige Interpretation und Visualisierung, um die Erkenntnisse zu kommunizieren und in Entscheidungen umzusetzen.

Maschinen fällt leicht, was Menschen schwerfällt – und umgekehrt.

**EUCON HACK**

Implementieren Sie KI nicht in die Erwartung, den Menschen grundlegend zu ersetzen, sondern nutzen Sie die KI, um die menschlichen Fähigkeiten zu unterstützen und zu erweitern.



**Whitepaper plus** !

Eine Branchenumfrage diente zum Vertiefen der Informationen.