

Pressemitteilung

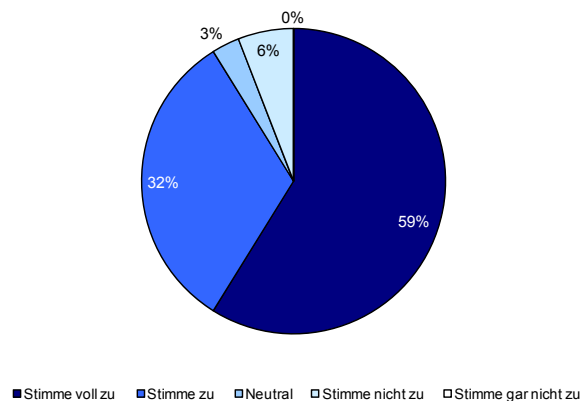
frei zur Veröffentlichung ab sofort

Regensburg, 16.12.2009

Versicherer erkennen die Bedeutung von Cross Selling, sehen jedoch wenig Potenzial für Cross Selling über den Vertriebskanal Internet.

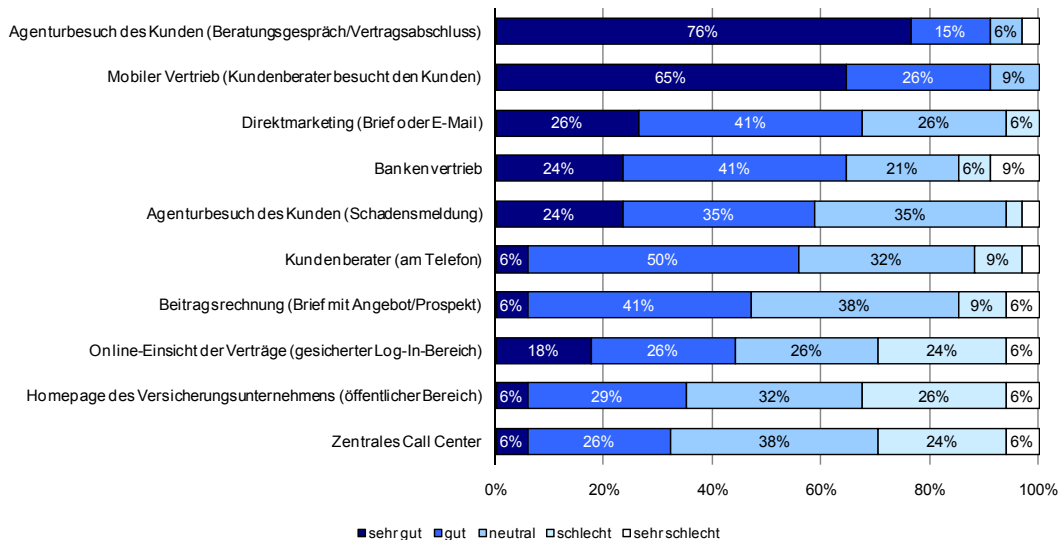
Die umfassende, empirische Erhebung unter Vertriebsexperten von Versicherungsunternehmen zeigt, dass die Bedeutung von Cross Selling erkannt wurde. 91 % der befragten Unternehmen stimmen zu, dass diese in Zukunft zunehmen wird.

Abbildung 1: „Die Bedeutung von Cross Selling wird für Versicherungsunternehmen in Zukunft zunehmen.“



© ibi research

Auch das Internet wird für den Erfolg der Versicherer an Relevanz gewinnen. Neben Informationen über Produkte bieten die meisten Unternehmen bereits die Möglichkeit zum Online-Abschluss an, der von vielen Kunden aus Komfortgründen genutzt wird. Die Betrachtung der für Cross Selling geeigneten Vertriebskanäle zeigt, dass über ein Drittel der befragten Gesellschaften die Homepage als gut bis sehr gut geeignet für Cross Selling sieht. Allerdings liegt dieser Vertriebskanal nach Meinung der Experten hinter den traditionellen Kanälen wie dem persönlichem Vertrieb oder dem Direktmarketing.

Abbildung 2: Eignung verschiedener Vertriebskanäle für das Cross Selling

© ibi research

Die Versicherer geben an, dass der Ausbau der Internetpräsenz geplant ist. Für eine optimale Umsetzung von Cross Selling ist es wichtig zu wissen,

- wie Kunden nach einem Online-Abschluss in die Anregungsphase eines neuen Produkts geführt und zusätzliche Abschlüsse erzielt werden können
- wie Cross Selling-Hinweise auf der Homepage platziert werden müssen, damit sie vom Kunden bestmöglich wahrgenommen werden
- wie Versicherer gesammelte Informationen über den Kunden in den Verkaufsprozess einbeziehen, um offenes Potenzial erschließen zu können.

Informationen zu Status quo und Best Practices im Internet Vertrieb der Versicherungen finden Sie im „ibi Website Rating 2009 Versicherungen“ (www.ibi.de/iwr).

Expertenmeinungen und Trends zum Cross Selling bietet die im Januar 2010 erscheinende Studie „Cross-Selling bei Versicherungen“. Informationen sowie die Management Summary erhalten Sie unter www.ibi.de.



research

an der Universität Regensburg

Über ibi research: www.ibi.de

Seit 1993 bildet die ibi research GmbH eine Brücke zwischen Wissenschaft und Praxis. Das Team unter der Leitung von Prof. Dr. Dieter Bartmann forscht zu Fragestellungen rund um das Thema "Finanzdienstleistungen in der Informationsgesellschaft". ibi research ist personell eng mit der Universität Regensburg verbunden, wird aber als selbstständige Gesellschaft geführt.

ibi research freut sich über den honorarfreien Abdruck dieser Pressemitteilung.

Bei Interesse an weiteren Informationen, Artikeln etc. wenden Sie sich bitte an:

ibi research an der Universität Regensburg

Dr. Georg Wittmann

Regerstraße 4

D-93053 Regensburg

Telefon: +49 (0) 941 943 1891

Telefax: +49 (0) 941 943 1888

E-Mail: georg.wittmann@ibi.de

Internet: www.ibi.de