



## Digital Insurance Index

**Batten & Company**  
Marketing & Sales Consultants

## #Digitale Verunsicherung - was Versicherer gegen Google und Co. tun müssen. Jetzt.

20 Versicherungen auf 70 Digitalisierungsgradindikatoren getestet.



talanx.



ERGO



Gothaer



Helsana





# Research Profile:

## Sample und digitale Kriterien zu Berechnung des Digital Insurance Index

### Betrachtete Versicherungen

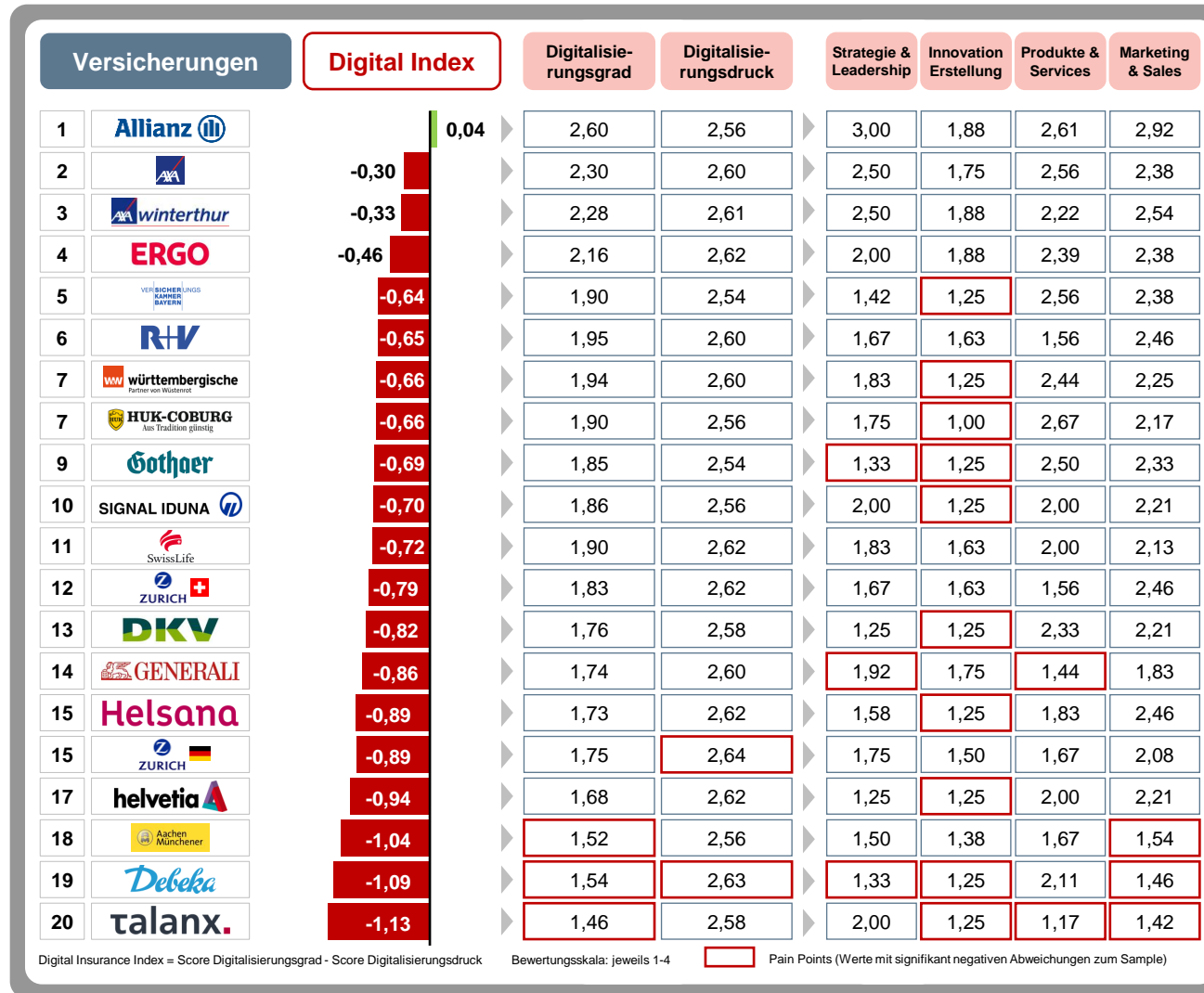

### Digitale Kriterien zur Berechnung des Digital Index

Interner Digitalisierungsgrad			
Strategie & Leadership	Innovation & Erstellung	Produkte & Services	Marketing & Sales
Strategischer Fokus auf Digitalisierung	Anzahl digitaler Innovationen	Anzahl digitaler Produkte	Digitalisierungsgrad Markenpräsenz
Höhe Investitionen in Digitalisierung	Digitalisierungsgrad Innovationsprozesse	Vernetzungsgrad der Produkte untereinander	Digitalisierungsgrad Kommunikationsinhalte
Aufbau und Integration neuer digitaler Leader	Digitalisierungsgrad Einkauf	Anzahl digitaler Services	Digitalisierungsgrad Vertriebskanäle
Stellenwert Digitalisierung in der Unternehmenskultur	Digitalisierungsgrad Erstellung	Interaktionsgrad mit Kunden	Digitalisierungsgrad CRM-Modell
Externer Digitalisierungsdruck			
Kunden	Wettbewerber	Zulieferer	Investoren & Markt
Erwartung an digitale Markenpräsenz	Digitalisierung direkter Wettbewerb	Digitalisierung Strategie & Leadership	Einforderung Digitalisierung Finanzmarkt
Erwartung an digitale Kommunikationskanäle	Bedrohung durch disruptive Innovationen	Digitalisierung Innovation & Produktion	Einforderung Digitalisierung Versicherungsmakler
Erwartung an digitale Vertriebskanäle	Markteintrittsabsichten globaler Digitalkonzerne	Digitalisierung Produkte & Services	Regulierung/Förderung durch Staat oder Verbände
Erwartung an digitales CRM-Modell	Wettbewerbsdruck durch Pure Online Player	Digitalisierung Marketing & Sales	Einforderung Digitalisierung Medien & Multiplikatoren

Hinter jedem Kriterium stehen bis zu 3 abzählbare Indikatoren (insgesamt 70)



# Digital Insurance Index: Detailergebnisse und Pain Points.



Übergreifend zeigen sich folgende **Kernprobleme:**

- Die Digitalisierung bei **Strategie & Leadership** wird nicht konsequent durchgeführt
- Den größten digitalen Nachholbedarf haben Versicherer bei der **Überführung digitaler Innovationen** in die Konzernstruktur und -belegschaft
- Die **digitale Markenpräsenz** ist bei nahezu allen Versicherern nicht konsistent und ausreichend
- Etablierte Versicherungen überlassen **Digital Pure Playern** bzgl. digitaler Produkte und Services nahezu **kampflos das Feld**





# Vereinbaren Sie eine Ergebnispräsentation mit unseren Experten



## Diskutieren Sie mit uns die Ergebnisse:

Diskutieren Sie mit unseren Digital-Experten Chancen und Risiken des **Digitalisierungsdrucks** von außen und Möglichkeiten zur Steigerung Ihres eigenen **Digitalisierungsgrads**:

- Schließung **Digital White Spots** im Geschäftsmodell und Portfolio
- **Digitale Transformation** von Geschäftsprozessen
- Digitalisierung **Kontaktpunkte, Services und Produkte** entlang **Customer Journey**
- Optimierung **Digital Sales Model**
- Aufbau **Multi-Channel Management**

Digital Insurance Ergebnisse gesamt

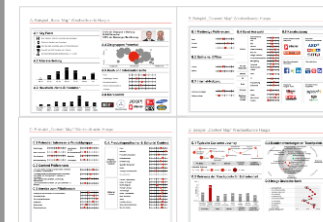
Detailranking pro Dimension und Top-Potentiale zur digitalen Transformation im Vergleich



Interne Pain Points Digitalisierung



Externe Pressure Points Digitalisierung



Digital Customer Profile mit unternehmensspezifischen Anforderungen an die Customer Journey



Best Practices der Versicherungsbranche und anderer Industrien



# Ihr Vorteil: Unsere Experten, Kompetenzen und Referenzen.

## Customer Centricity

„understand your customers' requirements“



Florian Bruckmaier  
Managing Partner

- Kundenbindung
- Kundensegmentierung
- Customer Decision Journey
- Customer Experience Management
- Customer Touchpoint Analyse
- Loyalitätsprogramme
- Customer Insight Management
- Customer Lifecycle und Lifetime Value Management
- Kundennutzen- und Kundenzufriedenheitsanalyse

## Brand Management

„position your unique selling proposition“



Udo Klein-Böling  
Managing Partner & CEO

- Future of Branding
- Digital Brand Transformation
- Markenpositionierung und Value Proposition
- Markenportfolio und -architektur
- Kommunikationsstrategie/ Kampagnenplanung
- Markenbewertung
- Markendesign, Naming, Claiming
- Employer Branding
- Brand Tracking
- Markenallianzen & Kooperationen

## Market Management

„design your go-to-market“



Helmut Gulde  
Managing Partner

- Markteintrittsstrategie
- Wachstumsstrategien
- Digitale Transformation
- Mergers & Acquisitions
- Marktstrategie
- Blue Ocean Strategie
- Marketinginnovation
- Marketingorganisation
- Marketingplanung
- Marketing Spend Effectiveness

## Sales Excellence

„manage your customer interaction“

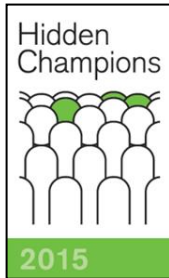


Uta Niendorf  
Managing Partner

- E-Commerce und Digital Sales Excellence
- Multikanalstrategie
- Pricing
- Customer Relationship Management
- Sales Performance Management
- Vertriebsstrategie und Vertriebssteuerung
- Kundenzentrierte Vertriebsorganisation
- Vertriebsmanagement
- Preis- und Konditionensysteme „Pay for Performance“
- Vertriebsprozessoptimierung

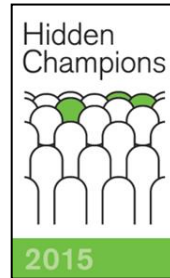


# Hidden Champion 2015: für Marketing & Vertrieb vor McK und BCG



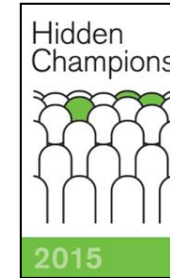
**Batten & Company**  
**#2 in Marketing & Vertrieb**

Rang	Beratung	Punkte
1	Homburg & Partner	409
2	Batten & Company	407
3	Boston Consulting Group	404
4	McKinsey & Company	397
5	Simon-Kucher & Partners	392



**Batten & Company**  
**#1 in Branchenkenntnisse**

Rang	Beratung	Punkte
1	Batten & Company	418
2	Homburg & Partner	414
3	McKinsey & Company	402
4	Boston Consulting Group	389
5	Infront Consulting & Management	384



**Batten & Company**  
**#1 in Teamfähigkeit**

Rang	Beratung	Punkte
1	Batten & Company	441
2	Infront Consulting & Management	438
3	The Advisory House	436
4	Homburg & Partner	426
5	undconsorten	421



Seit 2013 jährlich **qualitätszertifiziert** für die Bereiche Marktstrategie, Marketing, Vertrieb, CRM, Digitale Transformation, Organisation & Prozesse, Transformation & Change durch unabhängiges Schweizer Prüfinstitut Cardea mit **95% Weiterempfehlungsrate**.



**2015** Auszeichnung als **führende Spezialberatung** für Marketing, Marke & Pricing sowie Internet & Medien durch brand eins / Statista.

## Ihre Ansprechpartner für Fragen und Termine zur Ergebnispräsentation



**Tobias Göbbel**  
Managing Partner und Geschäftsführer

**Batten & Company GmbH**  
Theresienhöhe 12  
80339 München  
Mobile +49 (0) 172 2015959  
[tobias.goebbel@batten-company.com](mailto:tobias.goebbel@batten-company.com)



**Sabine Schleginski**  
Executive Assistant

**Batten & Company GmbH**  
Theresienhöhe 12  
80339 München  
Phone +49 (0) 89 54243 2154  
[sabine.schleginski@batten-company.com](mailto:sabine.schleginski@batten-company.com)

© Copyright

Dieses Dokument der Batten & Company GmbH ist ausschließlich für den Adressaten bzw. Auftraggeber bestimmt. Es bleibt bis zu einer ausdrücklichen Übertragung von Nutzungsrechten Eigentum der Batten & Company GmbH. Jede Bearbeitung, Verwertung, Vervielfältigung und/oder gewerbsmäßige Verbreitung des Werkes ist nur mit Einverständnis der Batten & Company GmbH zulässig.

Batten & Company GmbH, Königsallee 92, 40212 Düsseldorf, T +49 211 1379 8539, F +49 211 13798742, [www.batten-company.com](http://www.batten-company.com)