Versicherungen für Digital Natives

- Optimales Einstiegsprodukt und Vermarktungsansatz Komposit -

- Ansprache & Zugangswege
- Produkte & Zahlungsbereitschaft
- Bedürfnisse & echtes Verhalten
- Mit innovativer Methodik

Zielgruppenstrategie für Digital Natives

- Versicherer müssen sich auf die Zielgruppe Digital Natives einstellen
- Alle Player am Markt kämpfen um diese Zielgruppe und es werden neue Konzepte getestet, um diese Zielgruppe zu bedienen
  - Beispiele: Clark & Knip, OttoNova, Friendsurance, …
- Grundsätzlich ist die Zielgruppe sehr affin für die Absicherung von Risiken, es bestehen nur massive Berührungsängste mit der Materie und den traditionellen Vertriebswegen
- Die Studie untersucht die Bedürfnisse der Zielgruppe
- Dabei bleibt sie nicht im Allgemeinen sondern testet konkrete Produkte im Real-Life-Vermarktungstest

Die Studie liefert konkrete Antworten

- Wie muss ein **Kompositprodukt für die Zielgruppe** aussehen?
- Wie muss die **Kommunikation** zum Produkt gestaltet sein?
- Welche **Argumente** wirken bei der Zielgruppe?
- Zu welchem **Preis** kann das Produkt angeboten werden?
- Welche **Vermarktungskosten** müssen eingesetzt werden, um einen Kunden zu gewinnen?
- Welche **technischen Anforderungen** müssen erfüllt werden?

Umfassende Untersuchung mit innovative Methodik

- 1. Schritt: Tiefes Verständnis der Zielgruppe
  - Einzelgespräche, Online-Community, Workshops
  - Quantifizierung durch Rückgriff auf umfassende Marktstudien
- 2. Schritt: Konzeptentwicklung und Konzepttest
  - Mehrstufige Online-Befragung zum Versicherungsbedarf
  - Mehrstufiger Scribble-Test mit Zielrichtung konkrete Angebotsgestaltung inkl. Zahlungsbereitschaft
- 3. Schritt: Vermarktungstest (Real-Life)
  - Produkt wurde entwickelt und dargestellt (A/B-Testdesign)
  - Test von echtem Verhalten mit Abschlussmöglichkeit über Website und online Bewerbung des Angebots

MSR Insights

W&W digital

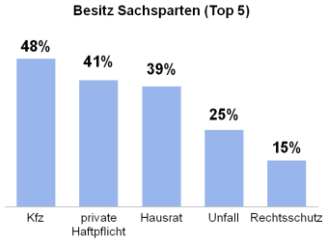
Das Beste aus zwei Welten

- Für klare Entscheidungsgrundlagen -

Marktforschung

„Ich würde nie bei einem Versicherungs-büro so rein schneien, weil ich die Regeln dafür gar nicht kenne.“

Potenziale in der Zielgruppe



Lean-Start-Up

Conversion Trichter

Torben Tietz

- Motivation: Kundenverhalten verstehen
- Langjährige Marktbeobachtung
- Umfassende Marktstudien
- Kundensegmentierung
- Grundlagenstudien zur Zielgruppe Digital Natives

Nils-Christoph Ebsen

- Motivation: Kundenverhalten verstehen
- Nutzerzentriertes Design Thinking
- Rapid Prototyping
- Real-Life-Vermarktungstests

Kontakt: Torben.Tietz@MSR.de

Nils-Christoph.Ebsen@ww-ag.de

Angebot und Konditionen

Studienbezug	**950,- €**
Berichtsband mit allen Studienergebnissen	(inkl. 7% MwSt.)
Umsetzungs-Workshop	**2.900,- €**
Wir helfen Ihnen, die richtigen Maßnahmen zu ergreifen	(inkl. 19% MwSt.)

MSR Insights

WW digital