



Einsatz von TransPromo

Auswirkungen und Einflüsse auf bestehende Prozesse

Eine Lösung der



in Zusammenarbeit mit

S.E.T. Software GmbH
Schulung · Entwicklung · Technologie



Ute Reh
Abteilungsleiterin Zentrale Services
NÜRNBERGER Versicherungsgruppe

DOXNET Baden-Baden, 21.- 23. Juni 2010





- **Das Unternehmen NÜRNBERGER stellt sich vor**
- **Was ist TransPromo – welche Voraussetzungen sind erforderlich**
- **Mögliche Ziele der NÜRNBERGER mit TransPromo**
- **Welche Prozesse im Unternehmen sind betroffen**
- **Welche Partner sind an der TransPromo-Verarbeitung beteiligt**
- **Welche Auswirkungen ergeben sich auf die relevanten Schnittstellen im Unternehmen**
- **Umsetzung und Vorgehensweise zur Einführung in der NÜRNBERGER**

Das Unternehmen NÜRNBERGER



- 1884 Gründung der NÜRNBERGER Lebensversicherungs-Bank
„Die Stadt lieh den Namen,
die Burg ward zum Symbol“
- 7 Vertriebsdirektionen deutschlandweit
- ca. 4.800 Autohausagenturen
- ca. 4.500 angestellte Mitarbeiter im Innendienst
- ca. 23.000 angestellte und freie Mitarbeiter im Außendienst
- 4,5 Mrd. EUR Konzernumsatz
- 7,6 Mio. Versicherungsverträge
- ca. 120 Mio. Druckseiten pro Jahr
- ca. 13 Mio. Kuvertierungen



Positionierung der NÜRNBERGER



- Unabhängiges Versicherungs- und Finanzdienstleistungs- Unternehmen
- Mit über 3 Milliarden EUR Beitragseinnahmen in der Spitzengruppe der Assekuranz
- 125 Jahre Tradition und Innovation
- Qualitätsversicherer in chancenreichen Geschäftsfeldern



125 JAHRE

Schutz und Sicherheit im Zeichen der Burg

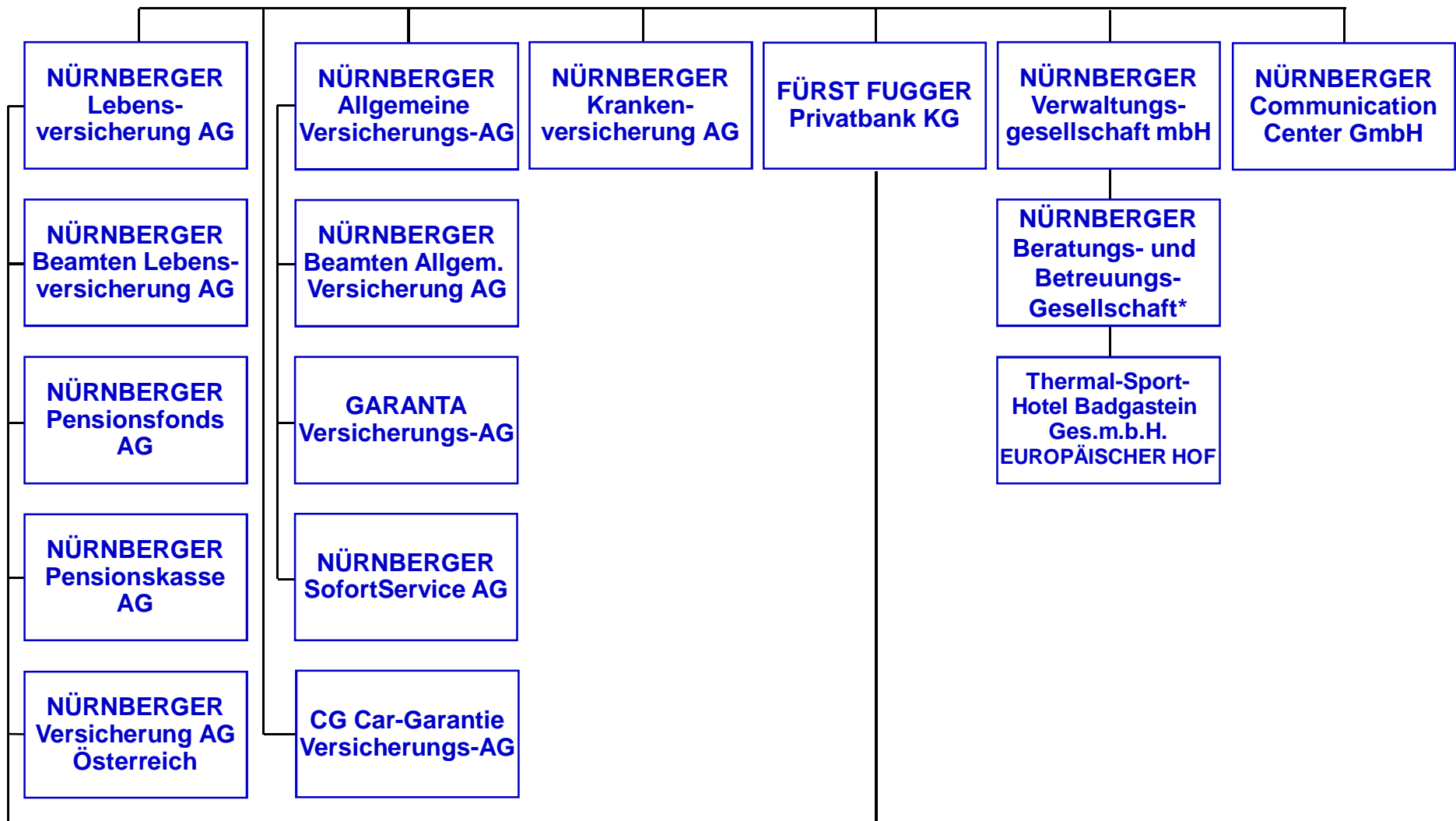
NÜRNBERGER

VERSICHERUNGSGRUPPE

Struktur der NÜRNBERGER Versicherungsgruppe



NÜRNBERGER Beteiligungs-Aktiengesellschaft



*NÜRNBERGER Beratungs- und Betreuungsgesellschaft für betriebliche Altersversorgung und Personaldienstleistungen mbH



1. Was ist TransPromo?

- Transaktionsdruck + Promotion
= die intelligente Kombination von individuellem/zielgerichtetem Marketing und Transaktionsdokumenten zur Steigerung des Umsatzes durch Cross-Selling
- Platzierung von Werbebotschaften oder speziellen Angeboten auf dem freien Platz z. B. einer Rechnung. Die Herausforderung besteht vor allem darin, die für den jeweiligen Kunden spezifisch relevanten Werbebotschaften zu ermitteln.

2. Voraussetzung

- Eine ausgefeilte Datenbasis
- Weitreichende Kundenprofile
- Schnittstellen zu einem zentralen Kundenbeziehungsmanagement (KBM), zum CallCenter, zu den Vertriebssystemen etc. , für einen wechselseitigen Informationsaustausch
- Digitale Drucktechnologie in Verbindung mit einem kostengünstigen, hochwertigen Farbdruck

Einführung von TransPromo-Druck



Schutz und Sicherheit im Zeichen der Burg
NÜRNBERGER
 Allgemeine Versicherungs-AG

Test

NÜRNBERGER, 90034 Nürnberg

Test Führung
 Weichselgarten
 Bertastr. 59
 90480 Nürnberg

Ihre Betreuungsstelle
 Heiko Bachmeier
 Postfach 17 99 99
 60068 Frankfurt am Main

Unser Kundenservice in Nürnberg
 Tel. 0911 531-5
 Fax 0911 531-3206
 Nürnberg, 07.05.2010

Rechnung USt-Id-Nr. DE 133500778

NÜRNBERGER Firmenschutz S 54/15 003 311

Versicherungsart:	Mietverlust-Versicherung	105,01	EUR
Ostendstr 100 90482 Nürnberg	Beitrag vom 18.05.2010 bis 18.06.2010 einschl. 15,84 EUR Versicherungsteuer Kontostand aufgrund nicht ausgeglichener Forderung(en)	105,01	EUR
Betriebsart/-bezeichnung:	Supermarkt	5.527,99	EUR
	zu zahlender Betrag	5.633,00	EUR

Bei der Berechnung der Versicherungsteuer wurde der ab 1. Juli 2010 gültige Steuersatz berücksichtigt.
 Versicherungsbeiträge unterliegen nicht der Umsatzsteuer.

0800 531 6666

Schadenmeldung
rund um die Uhr –
kostenfrei anrufen
0800 531-6666

(falls der Versicherungsnehmer oder der Beitragsnehmer keine Verbindung in QR-Form ermöglicht oder wenn Sie aus dem Ausland anrufen, erreichen Sie uns kostengünstig unter +49 911 531-6666. Oder im Internet unter www.nuernberger.de)



3. Welche Möglichkeiten eröffnen sich?

Effektiv kommunizieren & individuell werben

Zielgerichtete und auf das Kundenprofil abgestimmte Werbung in Transaktionsdokumenten erhöht die **Loyalität und Zufriedenheit der Kunden**

- Stärkung der Kundenbindung
- Erhöhung der Kundenwertschöpfung
 - Senkung der Sendungskosten (eine Sendung mit allen relevanten Informationen!)
 - keine zusätzlichen Papierkosten
 - kein zusätzliches Porto



5. Weitere Vorteile bei Nutzung von TransPromo

- 90 % aller Rechnungen werden gelesen
- 85 % aller Kunden lesen Transaktionsdokumente zweimal – durchschnittliche Lesedauer 1-3 Minuten
- Nur 7 % aller Direkt-Mailings werden gelesen mit einer durchschnittlichen Lesedauer von 21 Sekunden
- Lt. Marktumfragen werden ca. 80 % des Neugeschäftes durch bestehende Kunden generiert



6. Mögliche Ziele der NÜRNBERGER mit TransPromo

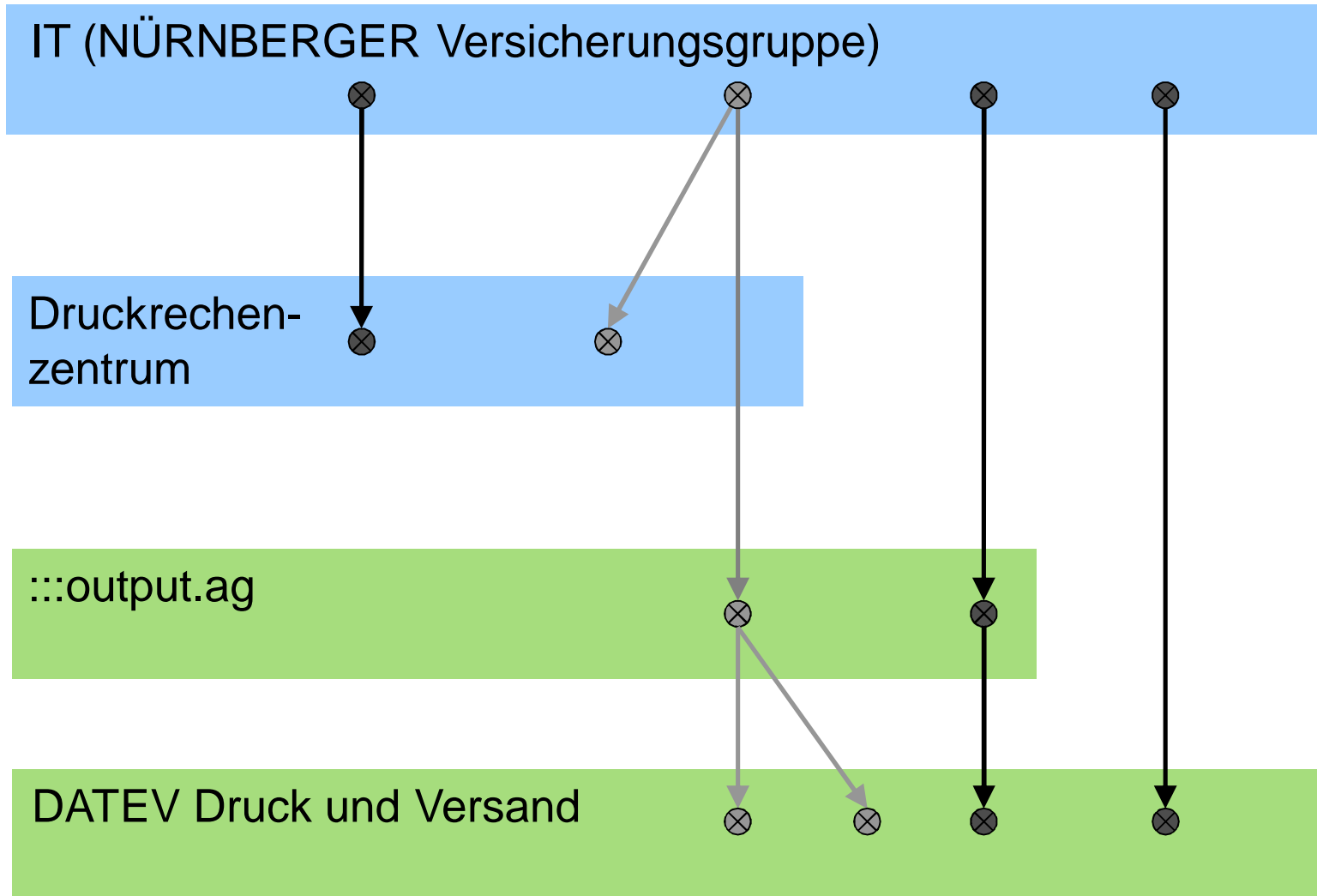
- Schaffung eines neuen Kommunikationskanals
 - z. B. zur Verringerung der Storno-Quote
 - zur gezielteren Kundenansprache
- Schnelle Einführung einer Pilot-Anwendung
 - z. B. Werbe- bzw. Imagebotschaften auf Rechnungen
- Erzeugen von Web-Codes
 - im Rahmen von Aktionen bzw. TransPromo erhält der Kunde über spezielle Internetseiten die Möglichkeit eines aktiven Response (z. B. Angebote, Terminvereinbarungen etc.)
- Integration in die Outputmanagement-Infrastruktur der NÜRNBERGER
- Stufenkonzept zur Einführung von TransPromo



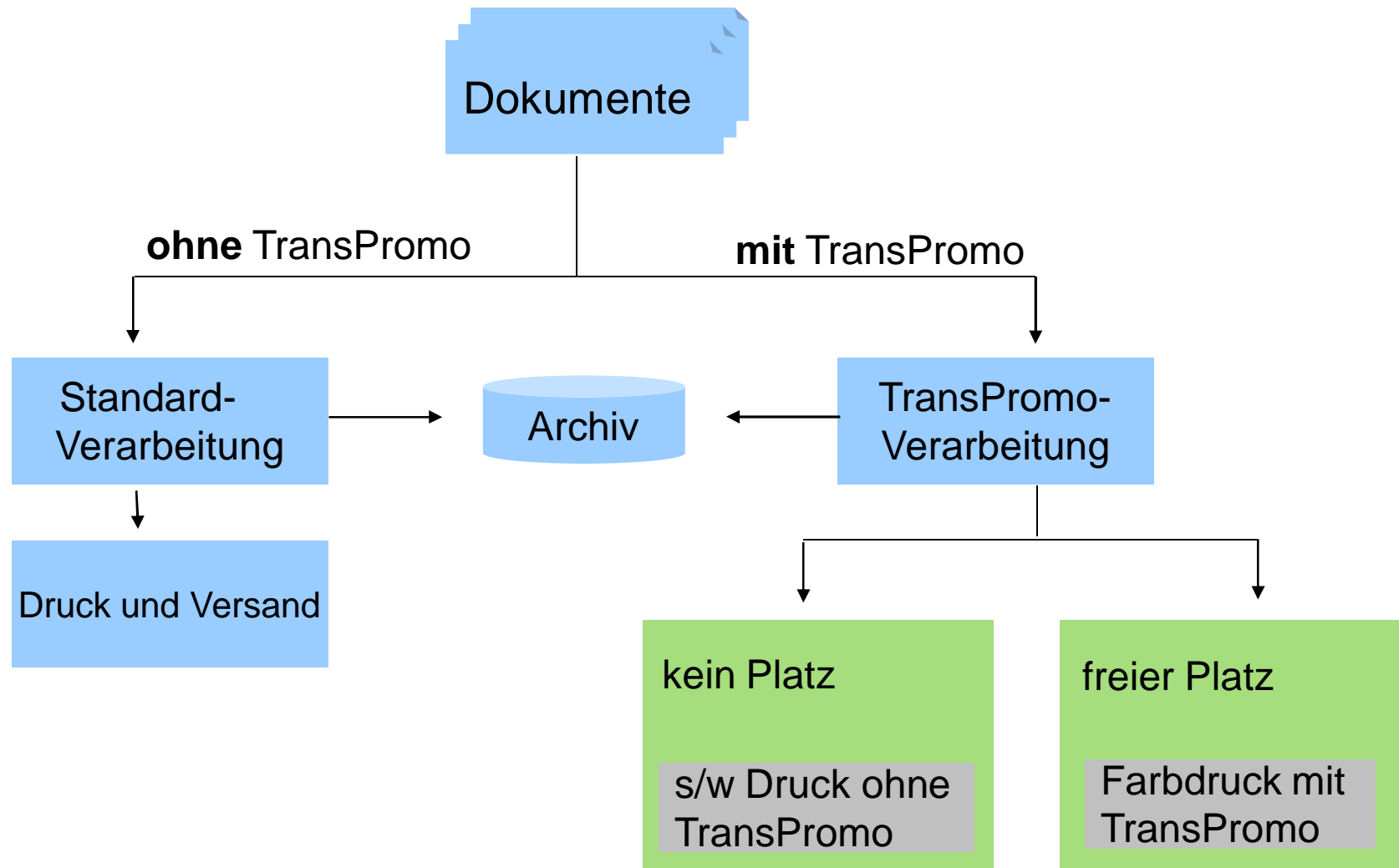
7. Aufgabenverteilung

- **NÜRNBERGER Versicherungsgruppe**
 - Steuerung des Bearbeitungsablaufs
 - Auswahl der Dokumentgruppen für TransPromo
 - Archivierung der TransPromo-Dokumentenausgaben
 - Synchronisieren und Nachhalten in den CRM-Prozessen
- **output.ag**
 - Generalunternehmerschaft
 - Bereitstellen der Infrastruktur für Ersteinsatz
 - Schnittstelle für die Produktion bei der DATEV unter datenschutzrechtlichen Anforderungen
 - bei Bedarf: Rückgabe der Ergebnis-Dokumente zur Archivierung
- **DATEV eG**
 - Druck und Versand der farbigen TransPromo-Dokumente
- **S.E.T. Software GmbH**
 - Begleiten des Projektes
 - Bereitstellen und Installieren der benötigten Software

Einführung von TransPromo-Druck



Einführung von TransPromo-Druck

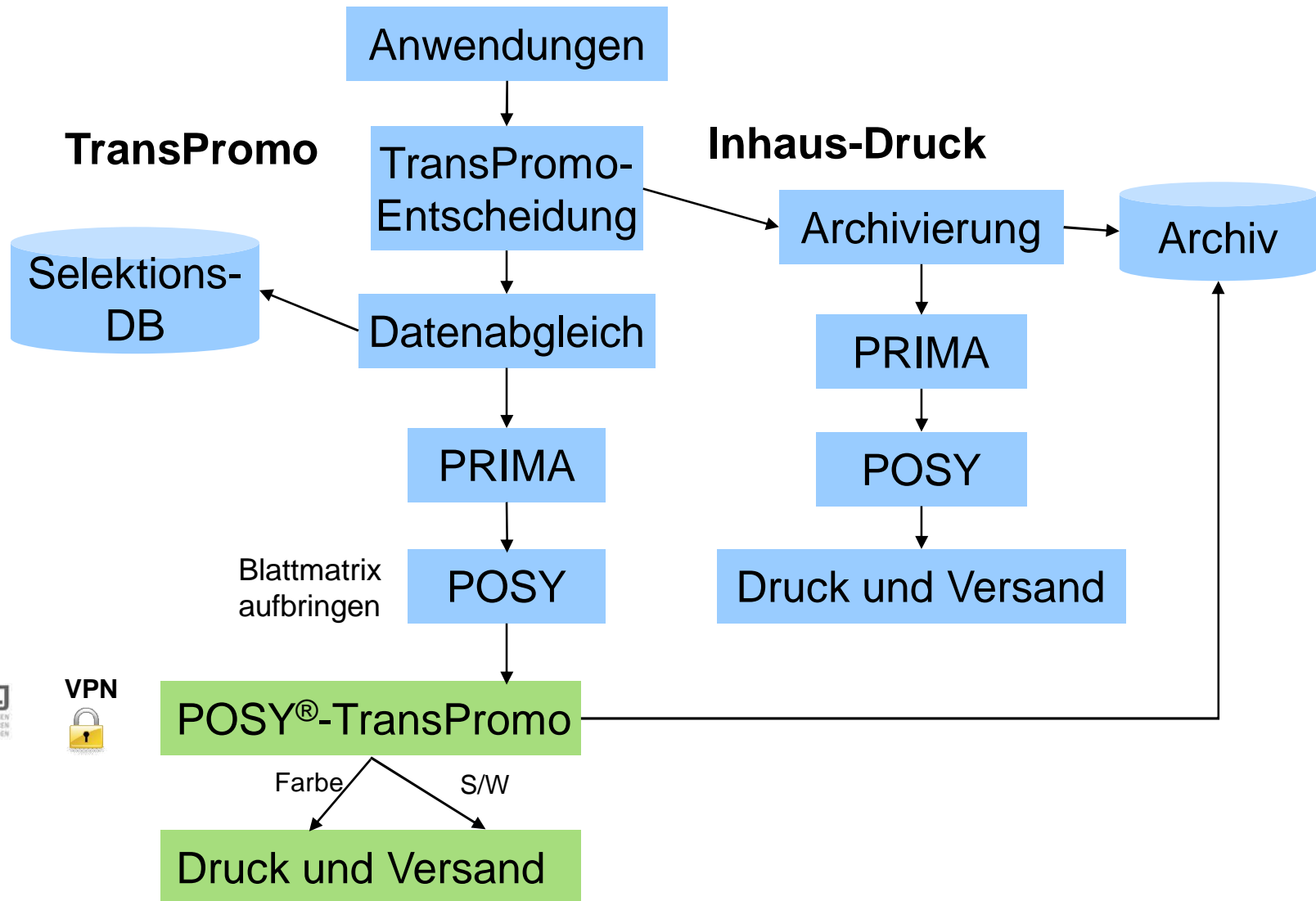




8. Schnittstellen

- CRM-System (KBM-AV)
 - Steuerung der TransPromo-Aktionen
- Outputmanagement-Systeme der NÜRNBERGER (Posy)
 - Zentraler Druck ausgewählter Dokumente
 - Nutzung des vorhandenen Archivs
 - Nutzung des Viewers
- Versand an die output.ag
 - Schnittstelle für den Versand
 - Schnittstelle für die Archivierung der Ergebnis-Dokumente
- DATEV eG
 - Druck und Versand der farbigen TransPromo-Dokumente

Einführung von TransPromo-Druck





**Vielen Dank
für Ihr
Interesse**