

# PLAN D

Case Study

# OMNIKANAL IM VERSICHERUNGS- VERTRIEB



Das erste Scorer-Modell im Markt, das Online- und Offline-Vertrieb voll integriert - mit nachweislichen Impulsen für starkes Wachstum.



## AUSGANGSLAGE

Veränderte Kundenerwartungen auf der einen Seite – konkurrierende Vertriebskanäle auf der anderen. Unter diesen Vorzeichen stand die Einführung eines neuen Vergütungsmodells im ADAC Versicherungsvertrieb, die durch PLAN D begleitet wurde.

Angesichts eines alten Provisionsmodells, das die interne Konkurrenz zwischen analogen und digitalen Vertriebskanälen förderte, suchte man im ADAC Versicherungsvertrieb nach neuen Ansätzen. Doch alle bisherigen Versuche, ein neues Modell zu entwickeln, waren gescheitert. Als die interne Arbeitsgruppe Anfang 2018 einen Neustart wagte, holte sie sich die Berater:innen von PLAN D ins Haus.

**Das neue Modell garantiert eine faire, leistungsorientierte Verteilung der Gesamtprovision und schafft so die Grundlage für ein kooperatives Zusammenspiel aller Kanäle sowie die gemeinsame Erschließung von Wachstumspotenzialen.**





## UNSER VORGEHEN



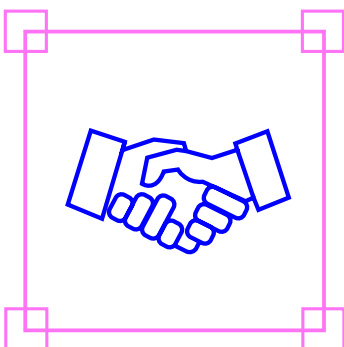
### FACHLICHE BEGLEITUNG

PLAN D fungierte als fachlicher Sparringspartner auf allen Ebenen. So haben unsere Versicherungsexpert:innen das neue Vergütungsmodell nicht nur konzipiert, sondern mithilfe von Data Analytics und umfassenden Berechnungen bis ins kleinste Detail mitentwickelt, Finanzierungsfragen geklärt sowie die technische Umstellung vom alten zum neuen Modell begleitet.



### OMNIKANAL PILOTIERUNG

Parallel haben wir einen Prozess angestoßen, mit dem die Potenziale im Omnichannelvertrieb nicht nur theoretisch, sondern auch praktisch ausgelotet wurden. Ein Pilotprojekt zur Online-Terminvereinbarung hat das fruchtbare Zusammenspiel von Online und Offline erlebbar gemacht und wurde rasch innerhalb der Organisation ausgeweitet.



### CHANGE & KOMMUNIKATION

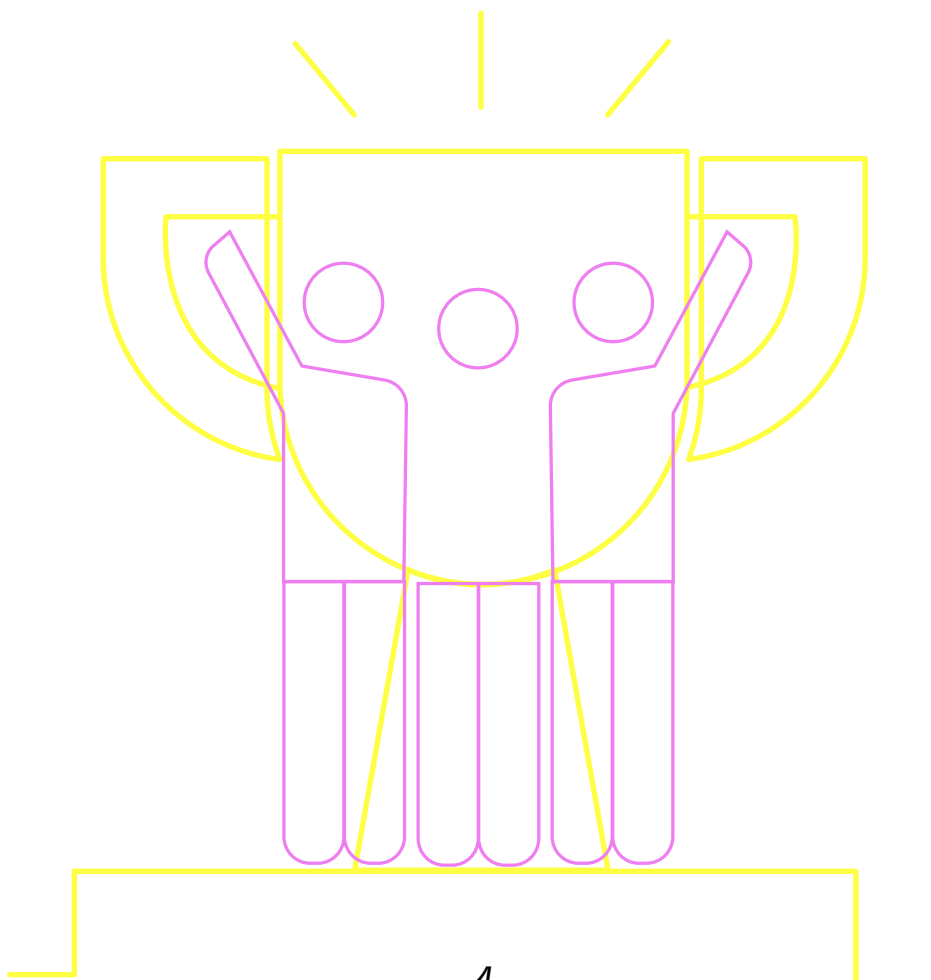
Ebenso wichtig war der Einsatz unserer Change-Expert:innen. Um die Einführung des neuen Vergütungsmodells zum Erfolg zu führen, galt es komplexe Entscheidungsprozesse zu moderieren, Konflikte aufzulösen und Mitarbeiter:innen zu informieren. Ob detailreiches Handbuch für Vertriebsleiterinnen oder knackiges Erklärvideo für Servicemitarbeiter – PLAN D erstellte passgenaue Kommunikationsinhalte für alle Zielgruppen.



## DAS ERGEBNIS

Das Ergebnis der intensiven Zusammenarbeit ist eine einmalige Erfolgsgeschichte. Das neue Vergütungsmodell vereint eine starke Incentivierung für Vertriebsserfolge mit der fairen Berücksichtigung von Beratungs- und Betreuungsleistungen. Auf diese Weise stellt es die Weichen für erfolgreichen Omnikanal-Vertrieb und schafft die Grundlage dafür, gemeinsam vom wachsenden Online-Geschäft zu profitieren.

**Insbesondere die erfolgreiche Befriedung des Konflikts zwischen Online und Offline ist bisher einzigartig in der Versicherungsbranche. Silodenken und interne Konkurrenz werden abgelöst durch partnerschaftliche Zusammenarbeit und gemeinsames Wachstumsstreben.**





## DAS HABEN WIR GEMEINSAM ERREICHT:

### ◇ VERGÜTUNGSSYSTEM

Das neue Vergütungsmodell ist das erste, datenbasierte Scorer-Modell im Markt, das eine faire Incentivierung aller an einem Abschluss Beteiligten Einheiten über die Messung von Touchpoints realisiert.

### ◇ AKTIVE FÖRDERUNG

Durch eine proportional höhere Abschlussprovision und eine angemessene Vergütung für die Bestandsbetreuung wurde eine deutlich höhere Vertriebsorientierung mit dem Fokus auf Neugeschäft sowie Ausakquirierung des Bestandes erreicht.

### ◇ ZUKUNFTFÄHIGKEIT

Die Systematik des Modells ist auf alle bestehenden und neuen Produkte anwendbar; eine Verschiebung der Umsätze von Offline auf Online wird durch intelligente Steuerungs- und Kalibrierungsmöglichkeiten zukunftsfähig abgebildet.

### ◇ ABSATZSTEIGERUNG

Das neue Vergütungsmodell hat unmittelbar nach Einführung eine Verdopplung des Neugeschäftes in der Autoversicherung maßgeblich unterstützt; während „Corona“ hat es die Stabilisierung der Umsätze durch starke Kooperation von Offline- und Online-Vertrieb ermöglicht.





## KONTAKT

**Dirk Schmachtenberg, Managing Partner**  
**[dirk.schmachtenberg@plan-d.com](mailto:dirk.schmachtenberg@plan-d.com)**  
**+49 162 1392170**

PLAN D ist eine 2018 gegründete Management- und Technologieberatung mit Sitz in Berlin. Mithilfe von Datenanalysen und künstlicher Intelligenz macht das Unternehmen seine Kunden fit für die technologiegetriebene Zukunft.

Das Team aus Strateg:innen, Manager:innen, Branchenexpert:innen und Data Scientists steht für eine ganzheitliche Beratung – von der Strategie bis zur letzten Codezeile. Mit Unterstützung von PLAN D treffen Unternehmen ihre strategischen Entscheidungen auf Basis von Datenanalysen, skalieren ihre Prozesse durch die Anwendung künstlicher Intelligenz, entwickeln innovative Produkte und bauen Datenkompetenz auf.

Immer mit dem Blick auf eine höhere Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit.

Unternehmen wie die ADAC Versicherungs AG, R+V Versicherungen, die Deutsche Energie-Agentur (dena) sowie weitere Kund:innen aus den Bereichen Mobilität und Tourismus vertrauen bereits auf das Expertenwissen von PLAN D.