

– Sonderausgabe Praxisbericht –
marcapo GmbH



5. Auflage
MELASCHUK-MEDIEN

Download digitale Buchausgaben
und Bestellung Printausgabe:

www.cross-media-buch.de (Deutsch)
www.cross-media-book.com (Englisch)

7.2 Lokale Markenführung passiert digital – die HUK-COBURG denkt heute schon an morgen

**AUTOR: THOMAS ÖTINGER,
GESCHÄFTSFÜHRENDE GESELLSCHAFTER
MARCAPO GMBH**

Die Rolle des dezentralen Marketings gewinnt zunehmend an Gewicht. Dabei machen rasante Entwicklungen im Digitalisierungsprozess vor keiner Branche halt. In diesen Tagen kristallisiert sich deutlich heraus, wer das Ziel als Gewinner, und wer es als Verlierer erst gar nicht erreicht. Die schnelle und vor allem tagesaktuelle Kommunikation zum Endkunden ist wichtiger denn je, weshalb vor allem lokales Onlinemarketing heute schon der Standard sein sollte. Wer also dem Onlinemarketing in seinem Marketingmix keine gebührende Aufmerksamkeit schenkt, der wird mittelfristig nicht mehr existieren. Die marcapo GmbH unterstützt mittlerweile 65 Markenunternehmen mit über 60.000 Absatzpartnern dabei, sich im lokalen Umfeld werblich fortschrittlich und kundenorientiert zu präsentieren.

Die HUK-COBURG – ein Role-Model

Eine Branche, die sich zu den Vorreitern zählen kann, ist die Versicherungsbranche. 25 Versicherungsunternehmen mit über 30.000 Vermittlern werden derzeit bei der marcapo GmbH betreut. Am Beispiel der HUK-COBURG lässt sich leicht verdeutlichen, wie erfolgreich die crossmediale Marketinggestaltung sein kann.

Die HUK-COBURG ist Deutschlands größter Kfz-Versicherer und zählt zudem zu den größten Versicherern von Privathaushalten. Mit rund 700 Kundendienstbüros und 38 Geschäftsstellen ist der Versicherungsverein längst über die Grenzen des Hauptstandortes Coburg hinaus bekannt. Das liegt im Besonderen auch an der professionellen Ausgestaltung des Vermittlermarketings.

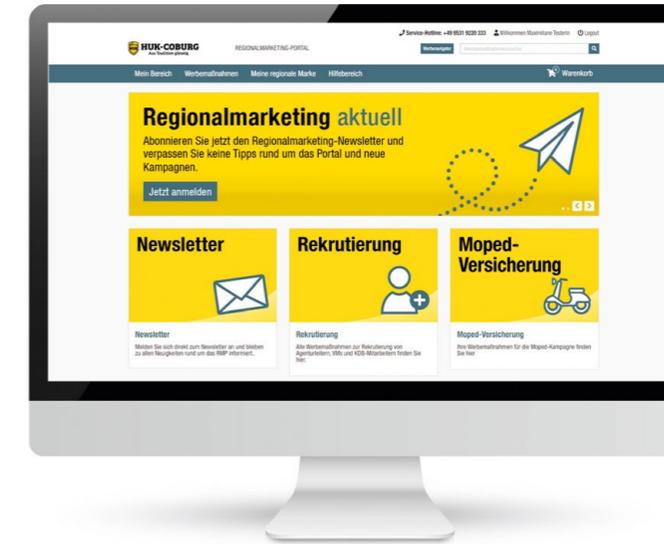
Ende 2019 ist das marcapo Marketingportal der HUK-COBURG live gegangen.

Als Kampagnen-Portal wickelt die HUK-COBURG vor allem große Kampagnen hierüber ab, immer mit dem Ziel, neue Kunden zu generieren.

Neben der Frühjahrskampagne liegt eines der Hauptaugenmerke dieses Projekts auf der Kfz-Jahreswechselkampagne. Hier wird die komplette regionale Aussteuerung der Online-Maßnahmen über das Marketingportal gesteuert. Überwiegend mittels einfacher Buchung von unter anderem Facebook Ads und Webbannern auf über 800 High-Traffic Seiten.

Im Regelfall wird ein Großteil der Bestellungen der Kundendienstbüros über die übergeordneten Geschäftsstellen individualisiert und abgewickelt.

Die rund 2.500 nebenberuflichen Vermittler bestellen aber auch selbstständig über das Portal – hier mehrheitlich Geschäftsausstattung und weitere Kampagnen-Maßnahmen.



Die Startseite des HUK-COBURG Marketingportals. Hier warten rund 140 Werbemaßnahmen auf die Vermittler.

Zentraleitig werden die lokalen Marketingaktivitäten durch individuelle Zuschüsse gefördert.

Durch die umfangliche Spezialisten-Betreuung über die marcapo Werbeberatung ist in 2021 bereits ein Wachstum des Portalumsatzes von ca. 185 % zu verbuchen. Diese Entwicklung ist fortlaufend.

Das zeigt, dass die HUK-COBURG mit den bereitgestellten Maßnahmen genau die Bedürfnisse der lokalen Partner befriedigt und damit eine starke Portalnutzung sicherstellt.

Neben steigenden Unternehmensumsätzen, geht es ihnen aber insbesondere auch um intelligente Workflows.

Prozesse harmonisieren

Um reibungslose Abläufe und eine hohe Nutzerfreundlichkeit zu gewährleisten, wird seit der Initialphase des Projekts besonderes Augenmerk darauf gelegt, bestehende Prozesse der HUK-COBURG weitestgehend zu unterstützen und zu vereinfachen. Das bedeutet auch vorhandene Ressourcen der HUK-COBURG in neue Prozesse zu integrieren. Im Printbereich wird bei im Portal generierten Aufträgen auf die hauseigene Druckerei der HUK-COBURG zugegriffen. Diese ist per Schnittstelle an das Portal angebunden.

Eine weitere Schnittstelle wird es 2022 zum SAP-System der HUK-COBURG geben. Durch die Kommunikation mit dem Marketingportal wird die Budgetzuordnung automatisiert und deutlich vereinfacht.

Das Marketingportal soll künftig sukzessive die gesamte Prozess-Kultur signifikant verschlanken.

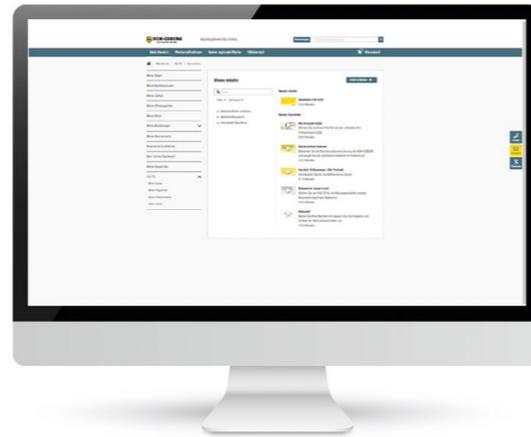
Der Erfolg von morgen

Mit ungefähr 140 Werbemaßnahmen im Bestellportfolio, wird der Umfang des HUK-Portals deutlich.

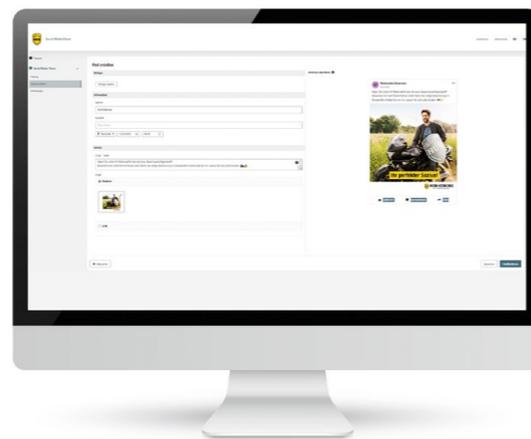
Die Implementierung des PoS-TV war ein weiterer Meilenstein im letzten Jahr und soll in diesem Jahr weiter ausgebaut werden.

Mit PoS-TV hat die HUK-COBURG eine Komplettlösung für digitale Bildschirmwerbung im Einsatz. Dem lokalen Kundendienstbüro wird die gesamte benötigte Hardware zur Verfügung gestellt.

Was auf den Bildschirmen zu sehen ist, bestimmt der Vermittler selbst. Über das Marketingportal kann er beliebig die von der Marke bereitgestellten Inhalte zusammenstellen und priorisieren. Auf diese Weise wird sichergestellt, dass der PoS immer mit aktuellen Informationen zum Dienstleistungsportfolio ausgestattet ist. Das sorgt bei Marke und Vermittler für ein zeitgemäßes Image. Derzeit zählt die HUK-COBURG ca. 200 Standorte, die diese technische Anbindung im Einsatz haben.



In den PoS-TV-Programmeinstellungen stellen die Vermittler individuell ihre Inhalte zusammen.



Im Social Media Planer wählen die Vermittler künftig relevante Post-Vorlagen aus, die zeitgesteuert auf den jeweiligen Kanälen ausgespielt werden.

Eine weitere Maßnahme, die für 2022 geplant ist, ist der sogenannte Social Media Posting Service – bei der HUK-COBURG Social Media Planer genannt – für eine zentral gesteuerte Ausspielung von Social Media Posts in Facebook und Instagram.

Die HUK-COBURG hinterlegt im Marketingportal Bildposts, Videoposts oder Linkposts, auf die die jeweiligen Nutzer zugreifen können. Das bildet die Grundlage für eine einheitliche Markenkommunikation auf einem konsequent professionellen Niveau.

Über einen Redaktionsplan bzw. ein Kalender-tool, können die Vermittler themenbasiert aus-

wählen, welche der bereit gestellten Posts auf dem eigenen Social Media Kanal veröffentlicht werden sollen und die relevanten Posts beliebig für Facebook und Instagram einplanen. Diese werden dann am definierten Datum automatisch ausgespielt.

Damit ergreift die HUK-COBURG weiterhin die Initiative in Sachen „qualitatives Onlinemarketing“.

Die Dynamik des Projekts ist ein eindrucksvolles Beispiel, wie erfolgreich aktuelle Trends und Entwicklungen in Bezug auf die Marketingaktivitäten adaptiert werden können und zeigt somit auf, dass die HUK-COBURG auch in Zukunft zu den Gewinnern im Marketing zählt.



ANBIETER

marcapo GmbH
Bahnhofstraße 4
96106 Ebern
www.marcapo.com

Thomas Ötinger
+49 9531 9220-0
thomas.oetinger@marcapo.com

marcapo
marken lokal führen

KUNDE

HUK-COBURG
Bahnhofplatz
96444 Coburg
www.huk.de

Diana Pelzl
+49 9561 96-0
diana.pelzl@huk-coburg.de

 **HUK-COBURG**
Aus Tradition günstig