

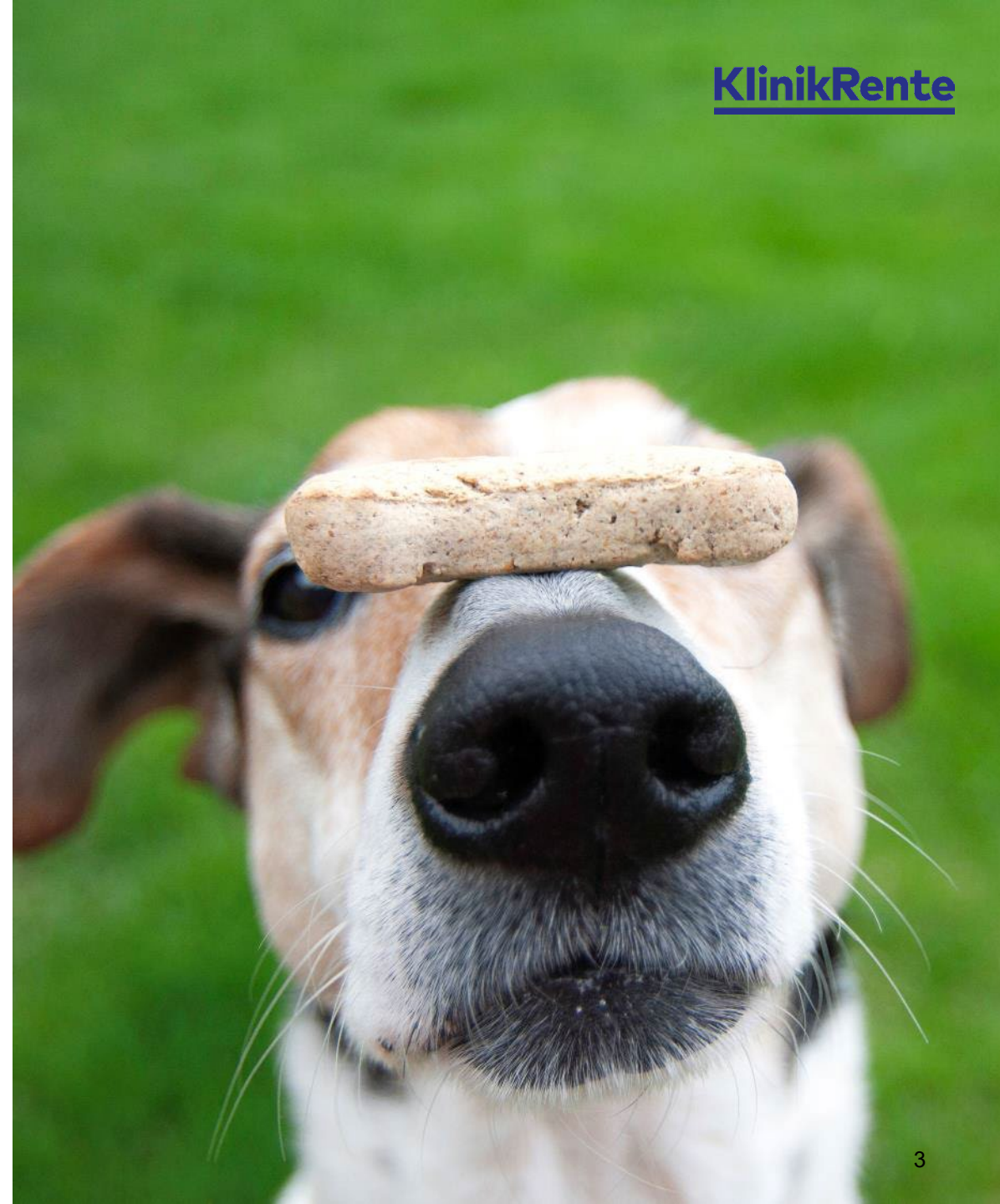
Wie lässt sich die Kommunikation optimieren, um die bAV stärker zu verankern?

Sabine Klinkenbusch und **Adrian Santoro**
KlinikRente Versorgungswerk GmbH

**KlinikRente sorgt dafür, dass
jeder im Gesundheitswesen seine
Möglichkeiten zur finanziellen
Vorsorge kennt, versteht und nutzt.**

Was erfahren Sie heute?

- Warum die bAV **sexy** ist.
- Welche **Herausforderungen** wir haben, um gehört zu werden.
- Was eine wirkungsvolle **Kommunikation** ausmacht.
- Wie die **KlinikRente-Leadmaschine** Sie im Vertrieb unterstützt.
- Wie Sie **Kommunikations-Partner** für die bAV im Unternehmen gewinnen.



Vielleicht denken Sie

- Es ist ausreichend, wenn ich einen gute Vorsorgelösung anbiete!
- Mir reichen 30 % bAV-Abschlüsse bei einem Mandanten!
- Ich kenne schon alle Tricks, für die erfolgreiche Vermarktung!
- Für die Kommunikation der bAV bin nicht ich zuständig!



bAV ist sexy

- **Top Benefit** – gewünscht von Beschäftigten.
- Schafft **Unabhängigkeit** und **Sicherheit**.
- **Ideal für Frauen** – um den Gender Pension Gap entgegenzuwirken.
- **Erkenntnis** das die Rente nicht ausreicht wächst.
- Besonders bei der **jungen Zielgruppe**.




38 FRAUEN + GELD Produkte

Die bAV-Lovestory

Kaum eine Produktlösung ist so geeignet, gleiche Renten für Frauen herbeizuführen, wie die betriebliche Altersversorgung (bAV). Die Hintergründe einer Lovestory TEXT Cordula Vis-Paulus

Herausforderung

- Reizüberflutung.
- Geschätzt trifft jeder Mensch rund **35.000 Entscheidungen** pro Tag.
- Entscheidungsphasen **verlängern** sich.
- bAV ist ein **low-interst-product**.
- Altersvorsorge wird bewusst „**aufgeschoben**“.



Studien zeigen, dass Menschen im Durchschnitt etwa 5.000 bis 10.000 Werbebotschaften pro Tag sehen.

Klarheit ist Macht

- In einer Welt, die überflutet wird von bedeutungslosen Informationen, ist Klarheit Macht.
- Erstes Ziel der Kommunikation ist, **Aufmerksamkeit** der Konsumenten zu erlangen.
- Durch **starke Bilder**.
- **Emotionale** Botschaften.

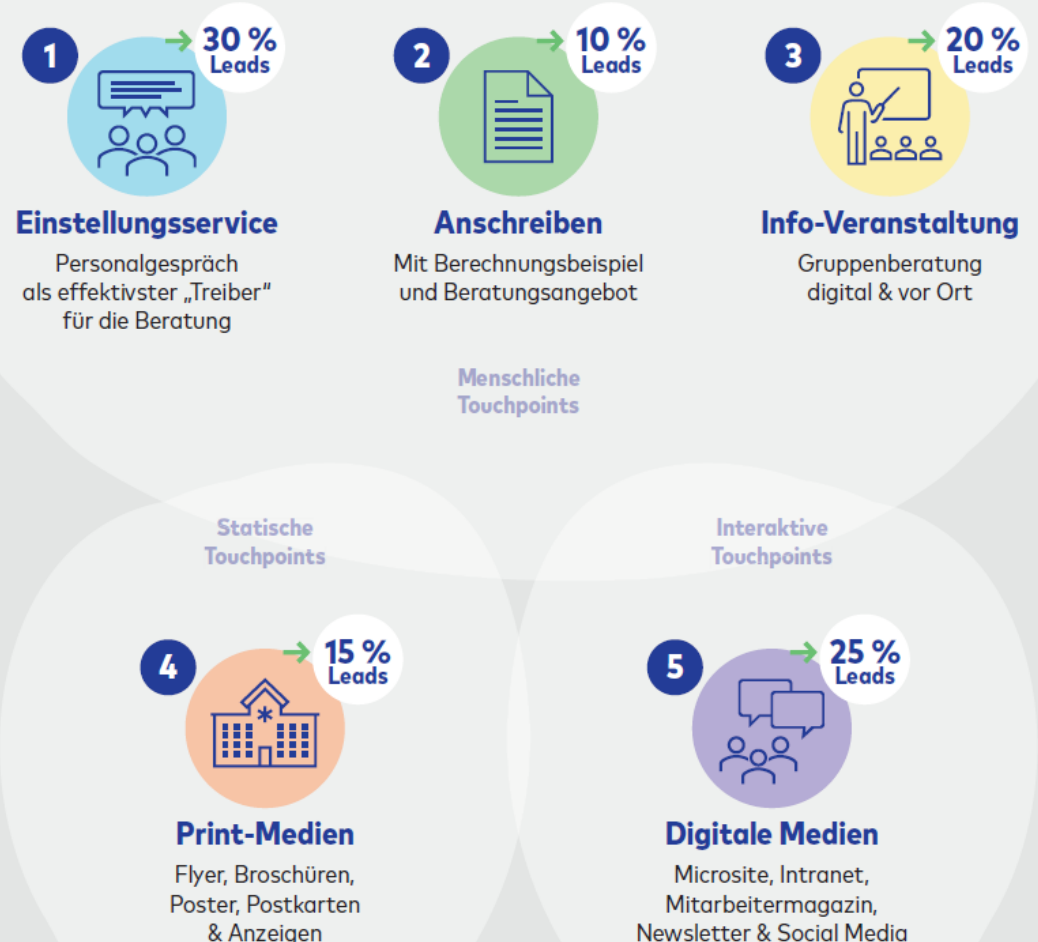


CLEVER SEIN!

Was bedeutet das?

- Der Erfolg liegt in der **Wiederholung**.
- Es ist wichtig, **alle Touchpoints** zu bespielen.
- Eine Steigerung der **Frequenz** ist notwendig.
- Die Ansprache benötigt **Aufmerksamkeit**, Klarheit und Einfachheit, am besten mit einem Augenzwinkern.

→ Leads-Erfahrungswerte KlinikRente bAV



Das Beste daran – es ist schon alles da

- Lösung: **Die KR-Leadmaschine.**
- **Sichtbarkeit** der bAV erhöhen, über die Medien des Unternehmens.
- Einfache Formel:
Microsite + starke Impulsgeber = mehr Termine.
- Voraussetzung: Frequenz erhöhen und immer wieder „**ganzjährig**“ kommunizieren.

Microsite-Generator

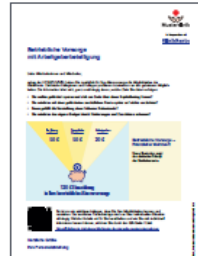


Individualisierbar
mit AG-Logo
und QR-Code
zur Microsite

Microsite mit Video



Anschreiben



Arbeitnehmer-Folder



Banner & Anzeigen digital



Plakate



Tischaufsteller



„Houston, we have a problem“

- Für Beratende ist es schwer, die bAV-Kommunikation zu platzieren.
- **Nadelöhr: Personalabteilung** – fühlen sich häufig überfordert oder nicht zuständig.
- Marketingverantwortliche haben **kein Wissen** zu den schon fertigen Werbematerialien.



**Hey ihr
großartigen
Personalverantwortlichen!**

KlinikRente

**Tipps zur Kommunikation mit Beschäftigten
zur betrieblichen Altersversorgung**

„Kommunikations-Booster“

- Das ultimative **Give Away „Kommunikations-Fahrplan“** – bAV für Personalverantwortliche.
- Als **Tischaufsteller** täglich präsent, mit lustigen Postkarten und einfachen Umsetzungs-Tipps zur bAV-Kommunikation.
- Mit **QR-Code** zur **Landingpage** bAV-Kommunikation „How to“.
- Persönlich übergeben von Ihnen, als **„Booster“** für die Bewerbung der bAV.



Du hast die Wahl: Gleich durchstarten! KlinikRente

Folder

Plakate

Banner & Anzeigen digital

Give Away Postkarten

Tischaufsteller

Dein Einsatz-Plan für die bAV-Kommunikation KlinikRente

WICHTIGE IMPULSE WERDEN ÜBER DAS JAHR VERTEILT!

	Jan	Feb	Mär	Apr	Mai	Jun	Juli	Aug	Sep	Ok	Nov	Dez
Online												
AG-Mitrosche												
Werbe-Banner												
Anzeigen												
Print												
Service-Anschreiben												
Info-Folder												
POS												
Postcard-Tischaufsteller												

KlinikRente bAV-Kommunikation leicht gemacht

Tipps zur Einbindung der betrieblichen Altersversorgung (bAV) in eure Unternehmens-Kommunikation

Vorteile

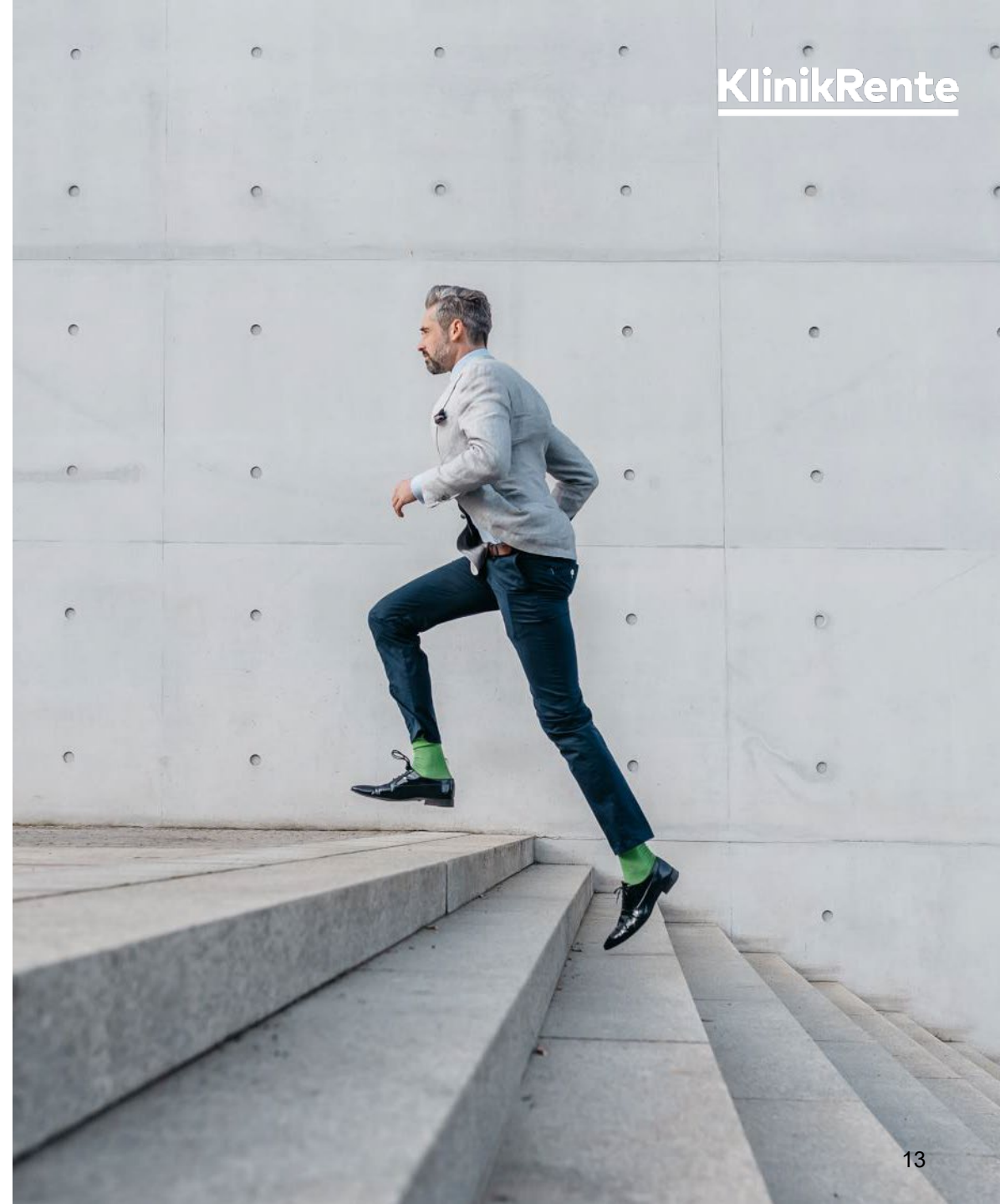
Indem ihr die bAV stärker kommuniziert, schafft ihr nicht nur einen enormen Mehrwert für eure Kolleginnen und Kollegen, sondern stärkt auch die Bindung an euer Unternehmen und hebt euch von der Konkurrenz ab.

Mitarbeiterbindung und -motivation:

- Die bAV bietet Beschäftigten zusätzliche Sicherheit für ihre Zukunft, was die Bindung an das Unternehmen stärkt und zeigt, dass ihr ihre langfristige berufliche Absicherung wertschätzt.

Ihre Vorteile

- Gemeinsame Aufgabe
„Unternehmen stärken mit der bAV“.
- Positionierung als **Servicepartner** für
Personalverantwortliche.
- Mehr Sichtbarkeit, **mehr Traffic** auf Ihre
bAV-Landingpage.
- Mehr Buchungen zur **bAV-Beratung** und
mehr Abschlüsse.



**ARE YOU
READY?**