

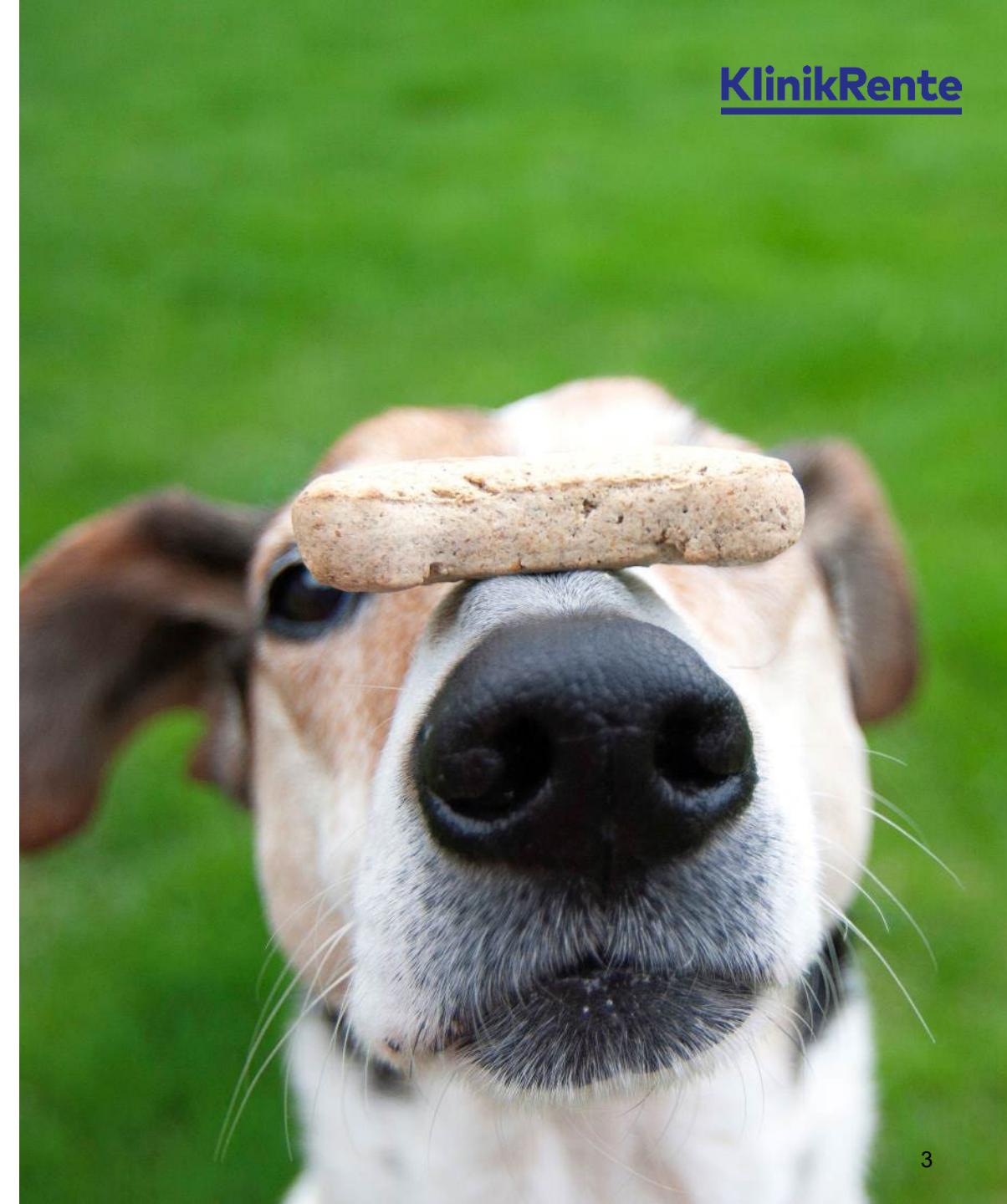
Wie lässt sich die Kommunikation optimieren, um die bAV stärker zu verankern?

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**.

Quelle: Pfefferminz Durchblick „Frauen ran ans Geld“ 2023



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



Einstellungsservice

Personalgespräch
als effektivster „Treiber“
für die Beratung



Anschreiben

Mit Berechnungsbeispiel
und Beratungsangebot



Info-Veranstaltung

Gruppenberatung
digital & vor Ort

Menschliche
Touchpoints

Statische
Touchpoints



Print-Medien

Flyer, Broschüren,
Poster, Postkarten
& Anzeigen

Interaktive
Touchpoints



Digitale Medien

Microsite, Intranet,
Mitarbeitermagazin,
Newsletter & Social Media

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.

The image displays a collection of digital marketing materials for KlinikRente, organized into a grid:

- Microsite-Generator:** A screenshot of a software interface showing a preview of a microsite featuring a smiling man on a phone call.
- Microsite mit Video:** A screenshot of a microsite page with a video player and text about pensioning.
- Anscreiben:** A screenshot of a landing page with a large yellow button labeled "Betrücksichtige Vorsorge".
- Arbeitnehmer-Folder:** Three screenshots of a folder template featuring different groups of employees.
- Banner & Anzeigen digital:** Two examples of digital ads with headlines like "THIS MAKES US SO QUICKLY NOBODY AFTER!" and "NOT FROM BAD PARENTS".
- Plakate:** Three screenshots of posters with messages like "Erinnerungslücke?" and "Mut zur Lücke?".
- Tischaufsteller:** Three screenshots of table tent cards with QR codes.

A green circle highlights the text "individualisierbar mit AG-Logo und QR-Code zur Microsite" next to the Microsite-Generator card, and another green circle highlights a QR code next to the Tischaufsteller card.

„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**

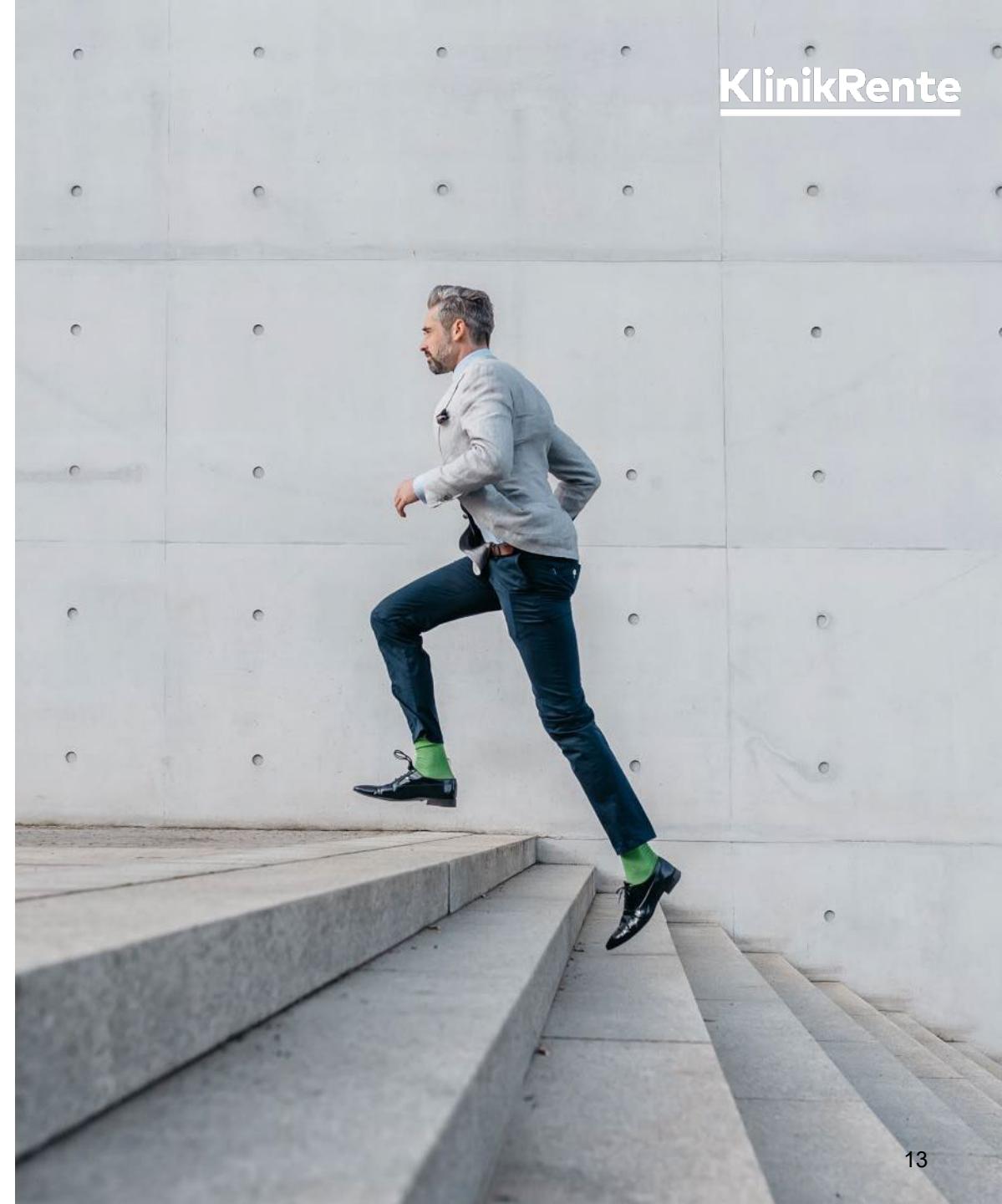
„Kommunikations-Booster“

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

The image displays a promotional kit for KlinikRente's bAV communication booster. At the top right is a QR code. Below it is a purple graphic titled "Dein Einsatz-Plan für die bAV-Kommunikation" with a subtitle "WICHTIGE IMPULSE WERDEN ÜBER DAS JAHR VERTEILT!" featuring a timeline from January to December. The main section shows a "Give Away Postkarten" (postcard) with various designs like "I THINK I SPIDER!", "SPONGE OVER IT!", "HERE TAPS THE BEAR!", and "YOU MAKE ME READY!". To the left is a "Folder" containing brochures for "bAV-Mitarbeiter", "bAV-Kongress", "bAV-Zeitung", "bAV-Berater", and "bAV-Selbständige". On the right are "Plakate" (posters) for "Erinnerungs-Jahrtag" and "Tischaufsteller" (tabletop displays) for "Nut zur Lücke" and "BELIEVE US! ERGEBEN ALLES GUTE". The bottom part of the image shows a screenshot of the KlinikRente website with a banner for "bAV-Kommunikation leicht gemacht" and a section titled "Vorteile" (Advantages) with text about improved employee motivation and retention.

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?