

## Erfolgreiches Leadmanagement bei der Gothaer mit BSI

### Triggerbasierte Vertriebskampagne «Persönlicher Versicherungscheck» mit 92 % E-Mail-Öffnungsrate und 17 % Anmeldungen zur Beratung

Baden, 27. Oktober 2022 – Einen Kampagnenerfolg feiert die Gothaer mit einer triggerbasierten Aktion bei Kundinnen und Kunden, die umgezogen sind. Die im Rahmen der «Umzugskampagne» versendeten E-Mails wurden von 92 Prozent der Empfänger geöffnet, von denen 17 Prozent anschliessend ein telefonisches Beratungsgespräch buchten. Realisiert wurde die Kampagne mit der Marketing-Automation-Lösung des Softwareherstellers BSI.

Versicherer differenzieren sich längst nicht mehr ausschliesslich über ihre Produkte, sondern zunehmend über Service und das Kundenerlebnis an sich. Die Entwicklung ist getrieben von der Digitalisierung aller Lebensbereiche und wurde durch die Pandemie noch deutlich beschleunigt ([McKinsey, 2020](#)). InsureTechs sind erfolgreich, weil sie rund um die Uhr dort präsent sind, wo sich ihre Kunden aufhalten. Umso wichtiger ist es, dass es auch klassischen Versicherern gelingt, ihren Kundinnen und Kunden das passende Produkt zur richtigen Zeit anzubieten.

Das war der Anspruch des Projektteams bei der Gothaer, das für die Umzugskampagne verantwortlich war: Versicherungsleistungen rund um das Thema «Haus & Heim» dann anzubieten, wenn sie ihre Kundinnen und Kunden auch tatsächlich benötigen. Dafür nutzten sie die Marketing-Automation-Lösung von BSI, die Kundendaten aus verschiedenen Quellen miteinander verknüpft. Sie konzipierten eine sogenannte Trigger-Kampagne, einen Automationsprozess mit einem fixen Auslöser: in diesem Fall die Adressänderung. Ändert eine Kundin im Kundenportal «Meine Gothaer» die Adresse, erhält sie automatisch eine E-Mail, die auf eine personalisierte Landingpage führt. Dort finden sich nützliche Tipps rund um das Thema Umzug sowie das Angebot für einen persönlichen Versicherungscheck. Merula Hohns, Leiterin Kampagnen- und Leadmanagement bei der Gothaer, zieht Bilanz: «Die Kampagne performte deutlich besser als reguläre Kampagnen, bei denen die durchschnittliche E-Mail-Öffnungsrate bei 25 Prozent, die Klickrate auf Landingpages bei 7 Prozent liegt. Diese und weitere Erfolge bestärken uns in dem eingeschlagenen Weg zu mehr Personalisierung und anlassbezogener Kundenkommunikation.»

Künftig möchte Gothaer noch mehr triggerbasierte Kampagnen mit BSI auf den Weg bringen und damit zu den Wachstumszielen beitragen.

Seit 2016 nutzt der Gothaer Konzern die CRM-Lösung von BSI als Agentursystem. 2018 erweiterte der Versicherer seine Lösungslandschaft um das CRM-System für den Maklervertrieb. 2019 kam dann BSI BRM als zentrales Informations- und Steuerungstool des Partnervertriebs dazu.

## **BSI Medienkontakt**

### **Kontakt**

Charlotte Malz, +41 (0)417668633  
[charlotte.malz@bsi-software.com](mailto:charlotte.malz@bsi-software.com)  
BSI Business Systems Integration AG  
Täferweg 1, CH-5405 Baden  
[www.bsi-software.com](http://www.bsi-software.com)

### **Pressekontakt**

Katharina Söltenfuß, +49 89 62 81 75 03  
WE Communications  
[ksoeltenfuss@we-worldwide.com](mailto:ksoeltenfuss@we-worldwide.com)

## **Über BSI**

Der Schweizer Softwarehersteller BSI bietet mit der BSI Customer Suite eine ganzheitliche Plattform für die Digitalisierung der Kundenbeziehung. Für Retail, Banking, Insurance und Energy & Utilities hält BSI alles bereit, was es für exzellente Customer Experience braucht. Die Basis dafür stellt die langjährige Branchenexpertise dar. In der Versicherungsindustrie gilt BSI als Marktführer für CRM-Software. 130 Banken, Versicherer und Handelsunternehmen erreichen darüber rund 27 Millionen Endkunden in ganz Europa. Das 1996 in Baden gegründete Unternehmen ist mit weiteren 7 Standorten und rund 400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Deutschland und der Schweiz vertreten. Zu den Kunden zählen Firmen und Organisationen wie ADAC, Signal Iduna und HDI und weitere marktführende Unternehmen in Europa. [www.bsi-software.com](http://www.bsi-software.com)