

PRESSESPIEGEL

10.9.2020

Cash.ONLINE

JDC: "Wollen den Markt nicht mit Lockangeboten abgrasen"

Ende Mai ist Jung, DMS & Cie. (JDC) mit einer "Poolwechselkampagne" an die Öffentlichkeit gegangen. Das Zwischenfazit nach drei Monaten falle positiv aus, teilt das Unternehmen nun mit – und sieht sich zu einer Klarstellung veranlasst.

"Das Ziel war von Anfang an nicht – wie manche Stimmen aus dem Markt unkten –, den Berater- und Vermittlermarkt mit Lockangeboten 'abzugrasen', heißt es in der Pressemitteilung des Unternehmens. Vielmehr habe JDC die Kampagne im Rahmen einer neuen Aufmerksamkeits-Marketingstrategie gestartet, die auf eine bessere Kommunikation der JDC-Stärken bei Technik und Prozessen abziele.

Seit dem Start der Kampagne haben laut JDC über 1.000 Makler auf der Landingpage Berechnungen über den Wechselbonus-Rechner durchgeführt. 200 Makler haben nach Angaben des Unternehmens einen Testzugang zum Maklerverwaltungsprogramm "iCRM" oder zur Endkunden-App "allesmeins" angefragt, wovon zwei Dutzend einen Wechselprozess angestoßen haben. (kb)