

JDC Poolwechselkampagne

Genau der richtige Vertriebsimpuls zur richtigen Zeit

- **Ende Mai startete Jung, DMS & Cie. ihre Poolwechselkampagne. Nach 100 Tagen zieht der Pool ein äußerst positives Zwischenfazit des neuen Aufmerksamkeits-Marketings.**
- **Seit dem Start haben über 1.000 Makler auf der Landingpage Berechnungen über den Wechselbonus-Rechner durchgeführt.**
- **200 Makler haben einen Testzugang zu MVP oder der Endkunden-App allesmeins angefragt, wovon bereits zwei Dutzend einen Wechselprozess angestoßen haben.**

München, 9. September 2020 – Ende Mai ging Jung, DMS & Cie. mit ihrer „Poolwechselkampagne“ an die Öffentlichkeit. Das Ziel war von Anfang an nicht – wie manche Stimmen aus dem Markt unkten –, den Berater- und Vermittlermarkt mit Lockangeboten „abzugrasen“. Vielmehr hat JDC die Kampagne im Rahmen einer neuen Aufmerksamkeits-Marketingstrategie gestartet, die vor allem auf eine bessere Kommunikation der JDC-Stärken bei Technik und Prozessen abzielt. Das Zwischenfazit nach drei Monaten fällt sehr positiv aus:

Die Reaktionen bestätigen, dass dies genau der richtige Vertriebsimpuls zur richtigen Zeit war. JDC registrierte seit Start der Kampagne über 1.000 Makler, die Berechnungen über den Wechselbonus-Rechner auf der Landingpage angestellt haben. Alle Interessenten, die nähere Informationen anforderten, wurden von JDC angesprochen und über Details und Vorteile der JDC-Maklerplattform informiert. Nach dem Kick-Off und der ersten Aufmerksamkeitswelle konnte JDC die ersten Interessenten gezielt mit Bannern wieder ansprechen und ergänzen: „Besser als 5.000€-Neumaklerbonus? Unsere IT, unsere App und unser MVP“.

Seitdem hat JDC rund 200 Anfragen nach einem Testzugang zum JDC-eigenen Maklerverwaltungsprogramm iCRM oder Anfragen zur Anbindung an JDC und die WebApp allesmeins erhalten. Aus den verschiedenen Vertriebskanälen konnte JDC bisher rund 150 konkrete Leads gewinnen und bearbeitet derzeit rund zwei Dutzend anlaufende Wechselprozesse. Darüber hinaus registrierte JDC ein deutlich erhöhtes Telefonaufkommen im JDC Berater-Service-Center in Wiesbaden: Die Aktivitäten erhöhten sich hier um 30 Prozent aufgrund vermehrter Interessenten- und Anbindungsanfragen. Zudem kommen deutlich mehr Interessenten zu den JDC-Vertriebsleitern vor Ort. Auch in Facebook-Gruppen wird inzwischen häufiger über JDC gesprochen und auf die Kampagne referenziert, wenn es um die Perspektiven des Maklermarktes geht. Genau diese Reaktionen und Entwicklungen wollte JDC mit ihrer Poolwechselkampagne erreichen.

„Wir haben durch die Begeisterung der Interessenten in Gesprächen mit unserem Vertrieb nun noch besser verstanden, welche technischen Features und Vorteile für Berater und Endkunden noch besser hervorgehoben werden müssen, erklärt JDC-Vorstand Stefan Bachmann und nennt typisches Feedback von Beratern:

- „Die Fähigkeiten der App sind bisher unterrepräsentiert. Hier greifen die Systeme tatsächlich ineinander und bei Adressänderungen muss ich nicht alles gesondert eintragen. Es ist in der Tat ein System, eine App, eine Abrechnung.“
- „Die kombinierte Darstellung mit Investmentbeständen habe ich im Markt so noch nicht gesehen. Der Bestandsübertragungsprozess ist unschlagbar.“
- „Die breite Auswahl an Gesellschaften in den Beraterrechnern und die Flexibilität, aus dem CRM mit allen Daten abzuspringen ist ein großer USP. Ergänzt mit der Bedarfsanalyse der Kunden ist dieses System einzigartig.“

Pressekontakt

Johannes Scherer
Kommunikation & Öffentlichkeitsarbeit
Jung, DMS & Cie.

Mobil: +49 (0)171 634 86 73
E-Mail: johannes.scherer@jungdms.de

Über Jung, DMS & Cie.

Jung, DMS & Cie. ist eine Service- und Technologie-Plattform für derzeit rund 16.000 Finanzdienstleister in Deutschland und Österreich. Unsere Vertriebspartner profitieren von modernster Prozess- und Beratungstechnologie, spezialisierten KompetenzCentern und einem erfahrenen Produktmanagement in allen Sparten.

Jung, DMS & Cie. stellt ihren Vertriebspartnern über 12.000 Produkte von mehr als 1000 Gesellschaften aus den Bereichen Investmentfonds, Versicherungen, Beteiligungen sowie Finanzierungen und im Haftungsdach der österreichischen Tochter Jung, DMS & Cie. GmbH auch strukturierte Bankprodukte wie beispielsweise Zertifikate oder ETFs zur Verfügung.

Im Rahmen unserer Advisortech-Strategie bieten wir innovative Beratungs-, Prozess- und Verwaltungstechnologien für unsere Vertriebspartner. Während viele den technologischen Wandel als Problem und die jungen Fintech-Firmen als neue Wettbewerber sehen, betrachten wir den Faktor „Technologie“ als große Chance. Unsere Advisortech-Lösungen helfen unseren Vertriebspartnern, ihre Kunden noch besser zu betreuen und im Ergebnis mehr Umsatz zu generieren. Mit einem notariell beglaubigten Eigenkapital von über 15 Mio. Euro gehört Jung, DMS & Cie. zu den finanzstärksten Service- und Technologie-Dienstleistern für den Finanz- und Versicherungsvertrieb.

Detaillierte Informationen des Unternehmens sowie Pressematerialien zum Download finden Sie unter www.jungdms.de/presse/ bzw. können Sie unter der E-Mail-Adresse im Pressekontakt abfordern.

Disclaimer:

Die Vorstände von Jung, DMS & Cie. halten eine wesentliche Beteiligung an Jung, DMS & Cie. und haben ein Eigeninteresse an Art und Inhalt der in dieser Mitteilung gegebenen Informationen.