

BCA Gruppe formuliert strategische Unternehmenswerte: Stark. Ganzheitlich. Persönlich.

Christina Schwartzmann, Rolf Schünemann und Frank Ulbricht (v.l.)

© BCA AG

„Mit gestärkter Markenidentität und neuen Tools konsequent in Richtung Spitzenpositionierung“: getragen von diesem ambitionierten Leitmotiv öffneten sich im stilvollen Ambiente des Dorint Hotels Frankfurt/Oberursel am 3. Mai die Pforten des hauseigenen BCA-Kongresses HEIMSPIEL 2018.

Nebst 16 attraktiven Impulsvorträgen namhafter Gesellschaften aus dem Versicherungs- und Investmentbereich konnten sich an diesem Tag über 250 geladene Gäste einmal mehr persönlich vom mehrwertorientierten Servicespektrum der renommierten BCA Gruppe überzeugen. Zu den vielbeachteten Highlights an diesem Tag zählte neben der Vorstellung neuer Digital-Tools vor allem ein modifizierter Markenauftritt. Dieser trägt ab sofort dafür Sorge, den starken Mehrwertcharakter des Oberurseler Maklerspezialisten über alle Kanäle hinweg wirkungsvoll nach außen zu tragen.

Renommierte Marke in neuem Gewand

Der Kongress hielt seinen Besuchern eine echte Überraschung bereit. So hatte sich das Oberurseler Unternehmen im Vorfeld nicht weniger als einer Rundum-Frischzellenkur betreffend Markenauftritt verschrieben. Die Maßnahme war mit dem Ziel verknüpft, die erfolgreich in die Wege geleiteten operativen Neuerungen nunmehr ab 3. Mai unter neuem Erscheinungsbild wirkungsvoll zur Geltung kommen zu lassen. Rundum abgestimmt auf klassische Kommunikationskanäle wie auch Neue Medien/Web, verkörpert das vorgestellte BCA-Branding künftig unmissverständlich und punktgenau seine zentralen Kernbotschaften inklusive dahinterstehender Dienstleistungsphilosophie.

Im Ergebnis und Zentrum des neuen Unternehmensauftritts stehen so künftig neben einem neuen, unverwechselbar markanten Logo und aussagestarken Slogan „Ihr Erfolg ist unser Antrieb“ vor allem die drei Markenwerte „Stark. Ganzheitlich. Persönlich“. Zusammen sollen sie fortan stärker nach außen getragen werden und sich im neuen Corporate Design inklusive nagelneuer Webseite entsprechend durchgängig widerspiegeln.

Zur Zielsetzung des Marken-Relaunches erläutert BCA-Vorstandsvorsitzender Rolf Schünemann: „Wir haben uns mit dem neuen Auftritt nunmehr einen weiteren wichtigen Weg eröffnet, mit klarer Aussage offensiv Stellung zu beziehen. Unser neu formuliertes Bekenntnis will sich als Versprechen dahingehend verstanden wissen, dass wir uns unverrückbar und in Gänze an den Bedürfnissen unserer Maklerpartner orientieren. Eine breit gefächerte wie exzellente Gesellschafterstruktur untermauert dabei zusätzlich unsere nachhaltige Investitionskraft.“

Digitale Visitenkarte erster Wahl: www.bca.de

Dass den Bedürfnissen ihrer Maklerpartner besondere Beachtung geschenkt wird, beweist unter anderem auch die nagelneue Internetpräsenz aus dem Hause der Oberurseler Poolexperten. So besticht der neue BCA-Webauftritt (www.bca.de) mittels modernen, responsiven Designs durch visuelle Klarheit und rundum intuitives Handling. Eine insgesamt einfache wie intelligente Navigation eröffnet dem Nutzer zudem einen hervorragenden Kundendialog. Außerdem: Unter dem neuen Erscheinungsbild wird dazu im nächsten Schritt die BCA-Homepage mit praktisch allen relevanten Social-Media-Kanälen intelligent verknüpft sein.

Innovative Beratungstechnologie inklusive Kunden-App

BCA-seitig wurde einmal mehr betont, dass die erfolgreiche Vertriebszukunft vor allem auf einer intelligenten Verknüpfung aus digitalem Vertriebsweg mit Präsenzvertrieb aufbaue, der sich durch rundum effizientes, rechtssicheres und prozessoptimiertes Handling charakterisiere. „Die dazugehörige Beratungskompetenz und der Expertenstatus des Maklers erweisen sich dabei weiterhin als maßgebliche Erfolgsfaktoren. Insofern gilt es vermittlerseitig, sein unschlagbares Alleinstellungsmerkmal der ‚persönlichen Vertrauensebene‘ konsequent und über alle ihm zur Verfügung stehenden Kanälen hinweg nach außen zu tragen. Mit durchweg praxistauglichen wie als offen konzipierten IT-Lösungen unterstützen wir unsere Maklerpartner auch an dieser Stelle bestmöglich“, so Christina Schwartmann, Vorstand der BCA AG.

Als jüngsten Beleg hierfür verweist die ausgewiesene IT-Expertin auf die brandaktuelle Markteinführung des DIVA-Servicecenters. Dieses ermöglicht es Vermittlern nunmehr, mittels übersichtlichen Kunden-Dashboards und dank responsiven Designs ab sofort investmentseitig alle relevanten Kundendaten, Verträge und Depotstände jederzeit und von überall aus auf allen Endgeräten zentral zu verwalten. Zeitgleich wurde eine gleichnamige Service-App vorgestellt, die BCA Partner nunmehr ihren Kunden als digitalen Vertragsordner zur Verfügung stellen können. Es handelt sich hierbei um die erste vollkommen individualisierbare Makler-Web-App, bei der Farbe, Logo, Name und App-Icon vom Vermittler frei gewählt werden können.

Und auch betreffend DIVA stehen bereits weitere Maßnahmen in konkreter Umsetzung. Allen voran die ganzheitliche Versicherungsberatung über alle Sparten hinweg mit nur einem Beratungsprotokoll. Dabei wird ein einzigartiges Warenkorbsystem der „neuen DIVA“ es unter anderem in Kürze möglich machen, alle ausgewählten Produkte nach einmaliger Eingabe oder Bestätigung bereits gespeicherter Bestellinformationen rechtskräftig zu ordern.

Überzeugende Argumente pro BCA

Summa summarum ließ der diesjährige HEIMSPIEL-Kongress keinen Zweifel daran, dass man sich bei BCA spartenübergreifend zum Thema Customer Journey und Maklersupport bestens gerüstet sieht. Dies beweist zu guter Letzt etwa auch investmentseitig ein neuerlicher Coup aus der Ideenschmiede des Oberurseler Maklerpools: Mit Einzelfondssortiment, neuen Zielmarktportfolio, bewährten PRIVATE INVESTING Strategien sowie brandaktueller Robo-Advisor-Lösung steht Beratern seit kurzem ein ineinandergreifendes Angebot bereit, um so jede Kundengruppe rundum ökonomisch wie professionell beraten zu können.

Zum Konzept unter seiner Überschrift „3-Punkte-Erfolgskonzept“ konstatiert Frank Ulbricht, Vorstand der BCA und BfV Bank für Vermögen AG: „Positioniert als Investmentexperte mit profundem Marktüberblick eröffnet sich durch unsere neue Strategie eine zusätzliche Perspektive, um Kunden erfolgreich an sich zu binden. Im perfekten Zusammenspiel mit allen sonstigen BCA/BfV-Serviceangeboten können so unsere Maklerpartner ihren Mehrwert damit einmal mehr hervorragend nach außen tragen.“

Als positives Fazit eines rundum gelungenen Kongresstages und stellvertretend für den Gesamtvorstand, bringt Schünemann die Marschrichtung des markterfahrenen Maklerpools nochmals auf den Punkt: „Nutzerfreundlichkeit, Funktionalität, Datenqualität, dazu ein prozessoptimiertes Automatisierungslevel werden auch künftig herausragende Kennzeichen aller BCA-Lösungen für Maklerpartner sein. Dazu ausgestattet mit einem lebendigen Außenauftritt wird BCA als überzeugter Vollsortimenter mit erstklassiger Gesellschafterstruktur und

überproportionaler Finanzkraft seinen Vorteil als renommierter Branchenexperte in Zukunft hervorragend ausspielen können.“

Pressekontakt:

BCA AG

Peter Meiser und Mirko Faust

Hohemarkstraße 22

D-61440 Oberursel

Tel.: +49 (0) 61 71 91 50 - 150

Fax: +49 (0) 61 71 91 50 - 151

Presse@bca.de