

## digidor überschreitet 8.000 Nutzer-Marke und stellt neue KI-Funktionen vor

Wirtschaft Finanzen Versicherung

© Pixabay

**Die digidor GmbH hat mit ihrer Marketing-Plattform für Versicherer und Vermittler einen bedeutenden Meilenstein erreicht: Über 8.000 Nutzer vertrauen mittlerweile auf die digitalen Marketinglösungen des Unternehmens. Dieser Erfolg verdeutlicht den wachsenden Bedarf an effizienten, automatisierten Marketingwerkzeugen in der Finanz- und Versicherungsbranche.**

Vergangene Woche präsentierte digidor zudem neue KI-Funktionen, die den Nutzern helfen, Marketing-Inhalte schneller und einfacher zu konzipieren und zu verfassen. Die künstliche Intelligenz unterstützt dabei, maßgeschneiderte Texte für E-Mail-Kampagnen, Social-Media-Beiträge und andere Marketingformate zu erstellen. Dadurch können Vermittler und Versicherer ihre Marketingmaterialien effizienter erstellen und den Fokus auf ihre Kerntätigkeiten legen.

„Unsere neuen KI-Tools vereinfachen den gesamten Prozess der Inhaltserstellung. Das spart unseren Nutzern wertvolle Zeit und ermöglicht es ihnen, regelmäßig hochwertige Inhalte zu veröffentlichen“, so Wolfram Lefèvre, Geschäftsführer von digidor.

### **Ausblick: Erweiterung der Plattform für Ausschließlichkeitsagenturen ab 2025**

Für die Zukunft ist eine weitere Ausbaustufe der digidor Marketing-Plattform geplant. Ab 2025 wird es auch für Ausschließlichkeitsagenturen möglich sein, die auf digidor bereitgestellten Inhalte zu nutzen. Die dafür neu entwickelte Oberfläche stellt sicher, dass Agenturen nur die Marketinginhalte des Versicherers sehen, an den sie angebunden sind. Makler und Mehrfachagenten hingegen haben weiterhin Zugang zu Kampagnen von rund 30 Versicherern.

„Bereits heute greifen Ausschließlichkeitsagenturen auf die digidor Marketing-Plattform zu, stoßen jedoch aufgrund der bisherigen Ausrichtung auf den Maklermarkt an ihre Grenzen. Mit der Anpassung schaffen wir eine nahtlose Integration, die den spezifischen Anforderungen von Ausschließlichkeitsagenturen gerecht wird. Gleichzeitig bleibt die Flexibilität für Makler und Mehrfachagenten erhalten, die weiterhin aus einer breiten Auswahl an Kampagnen zur Vertriebsunterstützung von rund 30 Versicherern wählen können.“, erklärt Lefèvre.