

Die Bayerische setzt im digitalen Vertrieb auf Frauenpower und erweitert die Expertise im Bereich Digital Sales



Die Versicherungsgruppe die Bayerische setzt ab sofort im digitalen Vertrieb ganz auf Frauenpower und bündelt alle Aktivitäten in diesem Bereich bei ihrer Tochter BOAM (Bayerische Online-Versicherungsagentur und -Marketing GmbH). Diese strategische Entscheidung ermöglicht es, die geballte Expertise und das Fachwissen unter der Leitung von Susanne Paster (42) voll auszuschöpfen und die digitale Transformation mit noch mehr Schwung voranzutreiben. Für den Bereich Digital Partner Management ist seit September 2023 Tanja Kusserow (33) verantwortlich.

Die Bayerische baut ihre Präsenz im digitalen Vertrieb weiter aus. Die vertriebliche Betreuung von Online-Portalen und -Partnern war bisher im regionalen Maklervertrieb angehängt und wird künftig im digitalen Vertrieb der Bayerischen angesiedelt. Die Leitung liegt hier bei Susanne Paster. An sie berichtet Tanja Kusserow, die den Bereich Digital Partner Management ab sofort verantwortet.

„Mit dieser neuen Struktur konzentrieren wir uns auf eine noch erfolgreichere Zusammenarbeit mit unseren großen digitalen Partnern. Durch die Bündelung des digitalen Know-hows und der Expertise in unserer Tochtergesellschaft BOAM sollen Synergien genutzt und die Zusammenarbeit mit wichtigen Partnern optimiert werden. Diese Veränderung ist ein weiterer Schritt in Richtung einer noch stärkeren Ausrichtung auf den digitalen Vertrieb. Zudem unterstreichen wir damit unser Engagement, neben dem persönlichen Vertrieb verstärkt auf digitale Lösungen zu setzen“, so Joachim Zech, Geschäftsführer der die Bayerische Online- und Marketing GmbH.

Susanne Paster, Expertin im Bereich Digitalisierung und Prozessoptimierung, hat einen beeindruckenden beruflichen Werdegang in den Diensten von Kundenwünschen und innovativen Lösungen vorzuweisen. Von ihren ersten Schritten im Vertrieb bis zu ihrer aktuellen Position als Leiterin des Digitalvertriebs bei der Bayerischen hat sie konsequent an den Schnittstellen

zwischen Digitalisierung, Kunden und Unternehmen gearbeitet, um exzellente Kundenerlebnisse und Effizienz zu schaffen. Als Leiterin des Digitalvertriebs der Bayerischen konzentriert sich Susanne Paster unter anderem auf die Schwerpunkte: Entwicklung der Online-Angebotswelt, Nutzung von WebDataTechnology für datengesteuerte Entscheidungen, Aufbau und Betreuung von Online-Kooperationen und Anbindungen, Unterstützung von Online-Vertriebspartnern sowie gezieltes Dialogmarketing mit Schwerpunkt auf Kampagnen- und Bestandskundenmanagement.

Tanja Kusserow ist Versicherungsfachwirtin und Expertin im Bereich Insurtech. Zuletzt war Kusserow bei thinkurance. Als Senior Strategic Partner Manager betreute sie große Vertriebspartner wie Fondsfinanz und Swisslife Deutschland. In ihrer neuen Position wird sich Frau Kusserow intensiv um die Beziehungen zu wichtigen Digitalpartnern wie verifox, Check24 und Clark kümmern. In enger Zusammenarbeit mit diesen Partnern verhandelt sie Produktauswahl und -konditionen und entwickelt den optimalen Vertriebsansatz, der zu erfolgreichen Abschlüssen führt.

„Mit dieser Entscheidung gehen wir ganz klar einen weiteren wichtigen Schritt in Richtung Digitalisierung. Gerade die erfolgreiche Zusammenarbeit mit großen Online-Plattformen und Digital Sales sind für uns als Versicherer essenziell. Hier müssen wir die Expertise im eigenen Haus bündeln. Umso mehr freut es mich, zwei so starke und erfahrene Frauen gefunden zu haben, die die Bayerische hier im Bereich Digitalisierung weiter vorantreiben werden.“, unterstreicht Martin Gräfer, Mitglied der Vorstände der Versicherungsgruppe die Bayerische.