

Warum ist das für mich als Vertriebsmitarbeiter interessant und welche Wertversprechen ergeben sich für den Firmenkunden?



Wettbewerbsvorteil erzielen mit Gesundheitskonzept



- **Kritische Neukunden** durch zusätzlichen Baustein **überzeugen**
- Kein großer Wettbewerber bietet proaktiv zu einer bKV ein solches Angebot an
- Gesamthaftes Angebot nimmt **Druck vom Preiskampf** bei inhaltlich ähnlichen bKV-Tarifen und kann Wettbewerb ausstechen



Potenziale durch (neue) Kundenkontakte



- Durch Gesundheitstage vor Ort entstehen über eine neue Customer-Journey **viele Kontaktpunkte** zu dem Endkunden (Cross-Selling Option)
- Neue Anknüpfungspunkte bei Firmenkunden im Bestand
- Firmenkunde mit aktivem Gesundheitsinteresse adäquat mit individuellem Angebot bedienen



Einfache Bausteine



- Einfach zu erklärende bGF-Angebote im Bausteinforma um Gesundheit nachhaltig zu verankern. MediExpert mit **schnellen Angeboten**.
- Bei Bedarf **Unterstützung** durch MediExpert **im Beratungsprozess**
- Optionales Angebot – tut nicht weh.



Zusätzliches Benefit für Unternehmen



- Gesundheit als Benefit für ein Unternehmen – im Image, bei der Mitarbeitergewinnung und –bindung und natürlich auch der Mitarbeitergesundheit
- „**Gothaer als Gesundheitsdienstleister**“ wird plakativer