



**HDI**

# Facelift Social Share im Einsatz beim HDI ▶▶

Erhöhe deine Reichweite auf Social Media mit Corporate Influencern



## HDI

Der Haftpflichtverband der Deutschen Industrie (HDI) ist eine Versicherungsgesellschaft mit Sitz in Deutschland, die unter dem Dach des Talanx-Konzerns, Deutschlands drittgrößter Versicherungsgruppe, agiert.

Das 1903 gegründete Unternehmen ist vor allem für die individuelle Beratung auf den Gebieten der Risikoabsicherung und Altersvorsorge bekannt. Außerdem können Privat- wie Firmenkunden gleichermaßen auf mannigfaltige Versicherungslösungen zurückgreifen - wie etwa spezielle Angebote der Sachversicherung oder Lösungen für Freiberufler. Der HDI ist Mehrheitseigentümer des Talanx-Konzerns und beschäftigt als börsennotiertes Unternehmen mit Hauptsitz in Hannover mehr als 22.000 Mitarbeiter (Stand: 2020). Um das Potenzial von Vertriebspartnern als Markenbotschafter auszuschöpfen, hat die HDI Vertriebs AG unsere Social Share-App in einem sechs Wochen langen gemeinsamen Pilotprojekt innerhalb der eigenen Vertriebsorganisation getestet und weiterentwickelt.

**“Die App haben wir gemeinsam mit unseren Pilotteilnehmern und Facelift entwickelt. Diese wird von unseren Vertriebspartnern als intuitiv, einfach und zeitsparend bewertet. Genau das war das Ziel: Mit der App bieten wir unsere Kolleginnen und Kollegen aus dem Vertrieb einen echten, bedarfsgerechten Mehrwert.”**

**Uwe Brüggemann,**

Leiter Digitalisierung/Schnittstellenmanagement Exklusivvertrieb

# MARKENBOTSCHAFTER BEI HDI ▶▶

In einem durch Fachkräftemangel geprägten Arbeitsmarkt müssen Unternehmen umso mehr auf ihre Sichtbarkeit achten. Die professionelle und systematische Nutzung der eigenen Mitarbeiter als Markenbotschafter kann die Außenwahrnehmung des Unternehmens evident beeinflussen und somit einen wichtigen Beitrag in punkto Personalbeschaffung darstellen. Hand in Hand mit einer durchdachten Content-Strategie können bislang ungeahnte Multiplikatoren das Gesamtbild eines Unternehmens positiv beeinflussen. Somit werden die eigenen Mitarbeitenden zu einer höchst wertvollen Ressource!

Im Fall von HDI lag der Fokus des Pilotprojekts von Beginn an auf den Vertriebspartnern. Diese konnten auf Anhieb sehr authentisch und auf Augenhöhe für eine massiv erhöhte Wahrnehmung der Marke sorgen. Das nachgelagerte erhöhte Kommunikationsaufkommen jener Corporate Influencer mündete in der positiven Herausforderung, die Vertriebspartner mit regelmäßigen Beiträgen zu versorgen, um Redundanz und Wiederholbarkeit auf den sozialen Kanälen zu vermeiden. Eine langfristige Planung und Vorbereitung der Beiträge erforderte hier den Einsatz von neuen Ressourcen, die hierfür am besten schon in der Planungsphase einkalkuliert werden sollten. Solche Influencer-Kampagnen sind für viele Unternehmen Neuland, weswegen man sich im Vorfeld ebenso Gedanken über eine einheitliche Tonalität machen sollte. Dies sollte man im Hinterkopf haben. Aber es lohnt sich!

Für HDI stellten die Inhalte für Instagram eine besondere Herausforderung dar. Durch den Fokus auf visuelle Inhalte gestaltete sich hier die Suche nach geeignetem Bildmaterial sehr viel zeitintensiver als gedacht. Hinzu kommt das Wording, die Nutzung passender Hashtags und die Suche nach einem eigenen Stil. Wenn ein Unternehmen der Größe von HDI unser mächtiges Werkzeug potenziell 22.000 Menschen zur Verfügung stellt, sollte eine Standardisierung der Prozesse und eine passende Tonalität oberste Priorität haben, um so gewappnet auch groß angelegte Employer-Branding-Kampagnen anzugehen, die durch unsere Social Share-App kostengünstig und ressourcenschonend durchgeführt wurden.

# DAS PILOTPROJEKT

Das primäre Ziel des Pilotprojekts war es, die Wirksamkeit der organischen Reichweite durch Vertriebsmitarbeitende zu messen. Hierfür wurde zunächst Social Share für den Vertrieb optimiert, um anschließend das Programm auch für alle HDI-Niederlassungen und jegliche Mitarbeitenden zugänglich zu machen. Und obwohl die Nutzung anfangs nur für den Vertrieb geplant war, zog man aufgrund der positiven Resonanz und der hohen Beteiligung aus allen anderen Abteilungen die Konsequenzen: Neben dem sehr erfolgreichen Fokus auf produktorientierte Inhalte implementierte man einen Onboarding-Prozess für die Social Share-App. Solche Schulungen förderten den vollen Erfolg des Pilotprojekts.

## Was sind Corporate Influencer?

Vereinfacht gesagt, sind Corporate Influencer all diejenigen, die auf ihren eigenen sozialen Kanälen kommunikative Inhalte ihres Unternehmens einem breiteren Publikum zugänglich machen. Dies kann auch in Form von Mund-zu-Mund-Propaganda geschehen - hat aber im erstgenannten Fall nicht nur einen größeren Effekt, sondern bedingt darüber hinaus auch eine höhere Zufriedenheit mit dem Arbeitgeber. Sind die Voraussetzungen günstig, verleihen die Markenbotschafter den Unternehmensinhalten einen sehr viel persönlicheren Touch. Da der Mitarbeitende mit unserer App die volle Kontrolle über seine Teilungsaktionen hat, indem er deckungsgleich zu seinen Interessen agiert, ist die Wahrschein-

lichkeit auf der anderen Seite sehr hoch, dass jene Postings auch zur Persönlichkeit des Markenbotschafters passen. Und gerade dadurch kann der Teilungsprozess die wichtige persönliche Konnotation entfalten. Damit agieren die Corporate Influencer als starkes Bindeglied zwischen Marketing und Endkunden und können nicht nur einen massiven Einfluss auf die organische Reichweite eines Unternehmens haben, sondern auch auf deren Resonanz und Akzeptanz! Im Fall von HDI konnte der sonst eher weniger glamourösen Kommunikation über Versicherungsprodukte und Dienstleistungen, die ansonsten nur durch hohen Geldeinsatz zum Rezipienten gelangt, eine sehr kostengünstigere und persönlichere Alternative hinzuaddiert werden.



## Was sagen Beteiligte am Pilotprojekt über die Nutzung von Social Share?

Schon sehr schnell nach Einführung der App konnte Social Share die Erwartungen um ein Vielfaches übertreffen. Dementsprechend musste HDI die Anzahl der Accounts schnell nach oben korrigieren. Und das sagen die Nutzer:

"Ich empfehle die App definitiv weiter, da mein Zeitaufwand im Vergleich zu vorher locker halbiert worden ist. Besonders sinnvoll ist die App für alle, die digitale Eigeninitiative zeigen wollen." - **Teilnehmer Pilotphase**

"Sehr unkomplizierte Möglichkeit schnell ein Posting abzusetzen, weil sie auf die einzelnen Kanäle zugeschnitten sind." - **Teilnehmer Pilotphase**

"Mit der Facelift Social Share App reagieren wir auf den Bedarf aus dem Exklusivvertrieb und multiplizieren dabei wichtige Konzernbotschaften über dezentrale Social Media Kanäle. Dadurch stärken wir unsere regionalen Markenbotschafter und damit auch die Marke HDI!"  
**Norbert Eickermann, Bereichsvorstand Exklusiv-/Direktvertrieb**

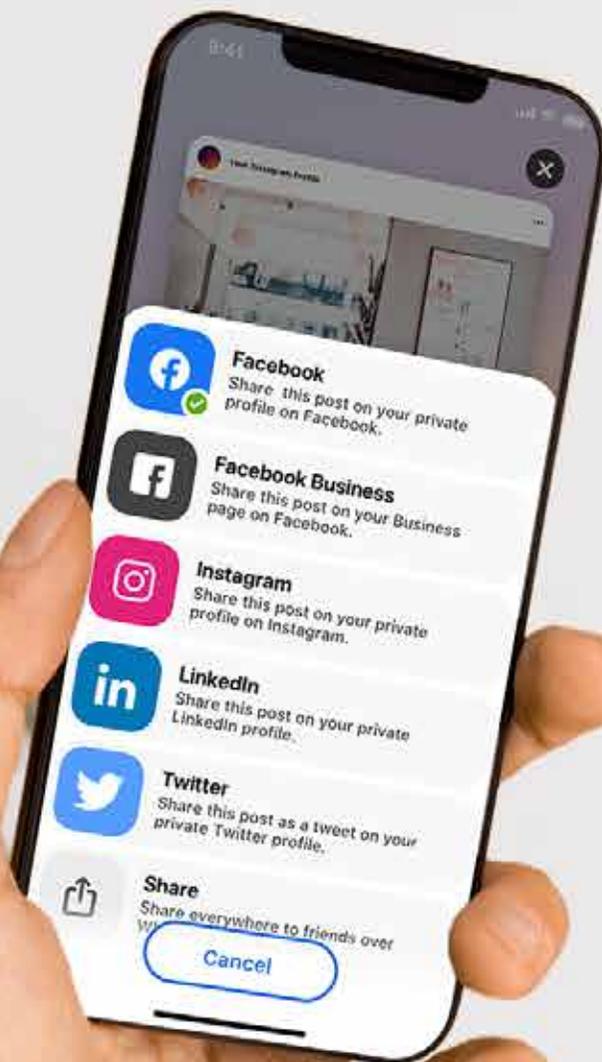
"Vor allem in Zeiten von Corona hat sich facelift Social Share bewährt. Die Inhalte, die wir zentralseitig in facelift laden, erscheinen in sekundenschnelle bei allen Anwendern der Social Share App. So war es möglich, unseren Kollegen auf schnellem und direktem Wege Postings zu unseren neuen Versicherungsleistungen im Rahmen der Pandemie zur Verfügung stellen, damit diese die Botschaft weiterverbreiten."

**Janette Wölwer, Senior Social Media Managerin,  
Digitalisierung/Schnittstellenmanagement Exklusivvertrieb**



# WEITERE ERGEBNISSE DES PILOTPROJEKTS»»

Ein weiteres Hauptziel sollte die einfache Heranführung sein, um eine erfolgreiche Corporate-Influencer-Kampagne mit einem fulminanten Kickoff zu generieren. Während der sechswöchigen Laufzeit des Pilotprojekts zeigte sich sehr schnell, dass die Facelift Social Share App zu aller Zufriedenheit eine effektive und effiziente Schnittstelle bietet, um hier das richtige Mindset zu kreieren.



der Pilotteilnehmer:  
innen sehen keinen  
Verbesserungsbedarf  
der App



der Pilotteilnehmer:  
innen würde die App  
ausnahmslos  
weiterempfehlen

# MEHR ÜBER SOCIAL SHARE»»

Mit Social Share können Mitarbeitende ausgewählte und vorbereitete Social Media-Beiträge auf ihren privaten Social Media-Profilen mit nur wenigen Klicks auf ihren mobilen Geräten veröffentlichen. Manager können ganz einfach festlegen, welche Beiträge sich für bestimmte Themen, Regionen oder Sprachen eignen und die Markenbotschafter können wiederum über die Auswahl der persönlichen Interessen die Beiträge vorselektieren. Mittels Push-Benachrichtigungen werden die Nutzer:innen informiert, wenn es neue Inhalte in ihrem Interessensbereich zu teilen gibt.

1

Aufgrund der Benutzerfreundlichkeit ist Social Share die ideale Lösung für groß angelegte Corporate-Influencer-Kampagnen. Größere Unternehmen mit einer hohen Mitarbeiter-zahl dürfen sich einerseits über einen enormen Anstieg der organischen Reichweite und andererseits aufgrund der persönlichen Note über eine höhere Akzeptanz freuen.

2

Mit der Social Share App von facelift könnt Ihr auch Menschen außerhalb Eurer Zielgruppe erreichen. Dabei könnt Ihr entscheiden, wie lange bestimmte Beiträge für die private Veröffentlichung freigegeben sind. Überhaupt kann Deine gesamte Unternehmenskommunikation zu Veranstaltungen, Produktveröffentlichungen oder wichtigen Neuigkeiten koordiniert und orchestriert werden. Nur so wird eine einheitliche Markenbotschaft sichergestellt, die von einer beliebigen Anzahl von Nutzern bedient werden kann.

3

Social Share bietet einen umfassenden Überblick darüber, welche Mitarbeitende welche Beiträge privat geteilt haben und in welchen sozialen Netzwerken sie dies tun. Damit kann nicht nur die eigene Content-Strategie nachjustiert werden. Die Datenlage gibt Euch die Möglichkeit, Mitarbeitende als Influencer für bestimmte Themen zu gewinnen und noch mehr Menschen mit Euren Veröffentlichungen zu erreichen.

4

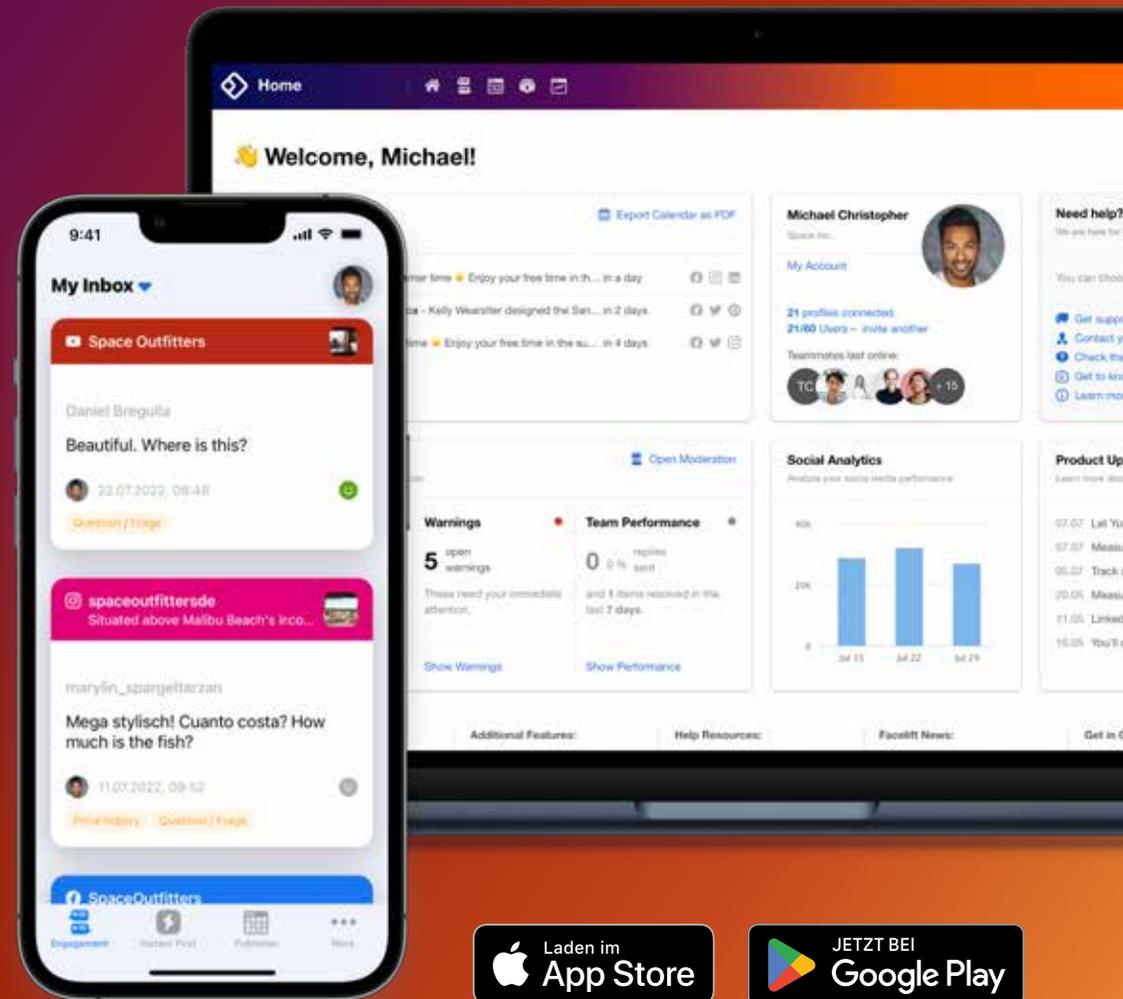
Die Inhalte, die auf Social Share veröffentlicht werden, können in facelift selbst erstellt und optimiert werden, d. h. Ihr könnt die Vorteile der facelift-Werkzeuge zur Erstellung von qualitativ hochwertigen Beiträgen nutzen und damit vorab sicherstellen, dass die Formatierung und das Design korrekt sind.

# DIE FÜHRENDE ALL-IN-ONE-LÖSUNG FÜR SOCIAL MEDIA MARKETING

facelift ist eine mehrfach zertifizierte Software-Lösung mit allen Komponenten für professionelles Social Media Marketing. Das Tool ist ISO 27001 zertifiziert und entspricht damit höchsten IT-Sicherheitsstandards. Mit über 250 Angestellten und mehr als 2000 globalen Kunden bietet facelift die weltweit führende Technologie für Social Media Marketing aus Europa. Facelift ist Teil des offiziellen Facebook Marketing Partner Programms und des Instagram Partner Programms.

[Lern mehr >>](#)

Facelift brand building technologies GmbH  
 Gerhofstraße 19  
 20354 Hamburg  
[contact@facelift-bbt.com](mailto:contact@facelift-bbt.com)



Supported Social Networks



Security Certifications



Social Media Partners

