



**THE DRAMATIC SHIFT IN SEARCH
FROM GOOGLE TO LLMS**

IS YOUR BRANDING LEADING OR LOST?

**Search is evolving from traditional engines to
AI-powered LLM assistants, reshaping how
brands are discovered and ranked**



ChatGPT

Gemini



Claude



perplexity



Grok



Meta



WELCOME TO THE ERA OF PROBABILITY & AI AGENTS

AI determines what users see – based on patterns, not just keywords.

LLMs don't just retrieve results; they calculate the most probable answer based on vast datasets.

With AI Everything is probability-driven. Your brand's visibility now depends on how AI models interpret, connect, and predict information.

Hence, the future of your sales and customer service depends on AI-driven intelligence.

Brands may experience a 50% reduction in organic search traffic over the next three years due to the rise of AI-driven search capabilities.

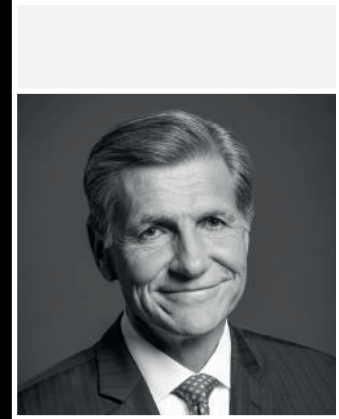


Gartner®

By 2028, it's anticipated that 70% of customer journeys will begin and end with conversational AI-driven insights will separate brands that stay relevant from those that fade into the background.

Marc Pritchard

CMO, Procter & Gamble



WHAT DOES THIS MEAN FOR ME AS AN INSURANCE COMPANY?

- 1 **Understand:** How do LLMs impact brand visibility, perception, and customer interactions?
- 2 **Act:** What strategies should you implement to stay relevant and competitive in an AI-driven market?



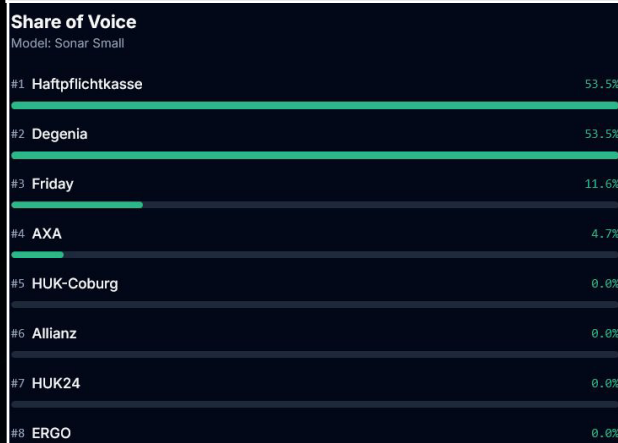
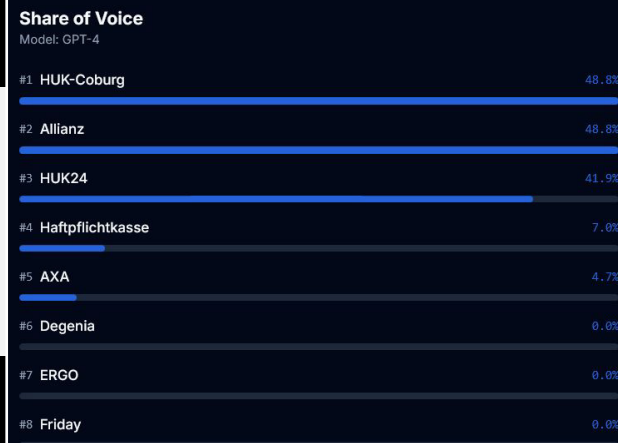
DIFFERENT MODELS, DIFFERENT SHARE OF VOICE (1/2)

Not all AI models treat brands the same.

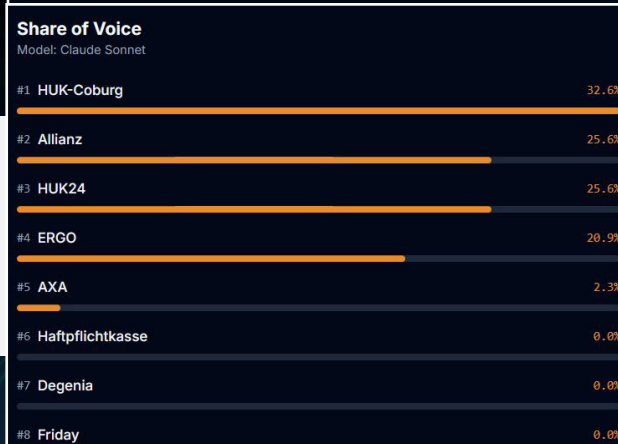
Buying Persona: Male, Single, Germany

Looks for: Personal liability insurance

ChatGPT



perplexity



Claude



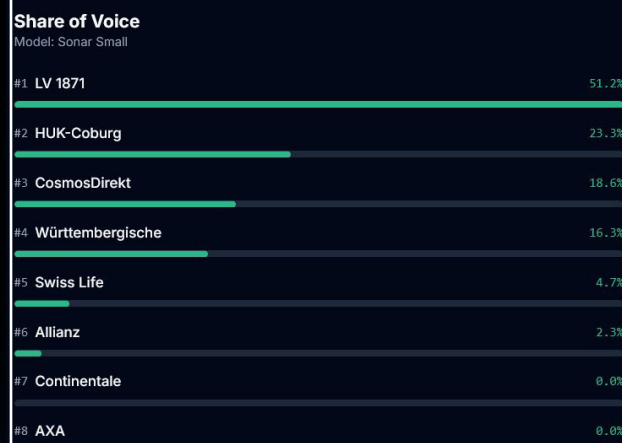
DIFFERENT MODELS, DIFFERENT SHARE OF VOICE (2/2)

Not all AI models treat brands the same

Buying Persona: Male, Single, Germany

Looks for: Occupational Invalidity

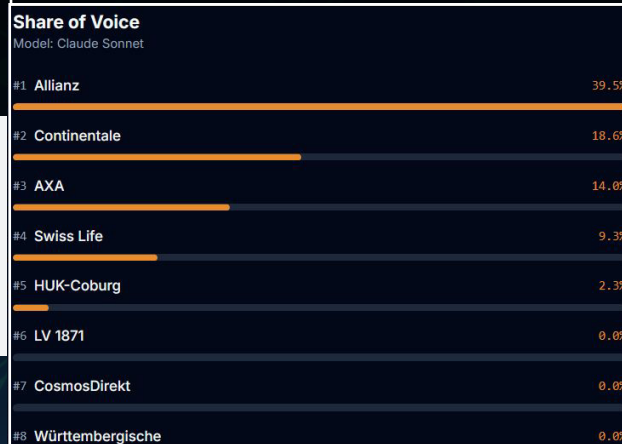
ChatGPT



perplexity



Claude



THE POWER OF SOURCES – SHAPING BRAND PERCEPTION

Where do LLMs get their information?

ChatGPT



GPT-4 Source Distribution

#1	https://www.huk24.de	(100.0%)
#2	https://www.huk.de/privathaftpflichtversicherung	(52.9%)
#3	https://www.allianz.de	(47.1%)
#4	https://www.allianz.de/privathaftpflichtversicherung	(23.5%)
#5	https://www.allianz.de/haftpflicht/privathaftpflicht/	(17.6%)
#6	https://www.cosmosdirekt.de/haftpflichtversicherung/	(17.6%)
#7	https://www.huk.de/privathaftpflichtversicherung.html	(17.6%)
#8	https://www.haftpflichtkasse.de/	(17.6%)
#9	https://www.huk.de/privathaftpflicht/	(17.6%)
#10	https://www.axa.de/privathaftpflicht	(11.8%)

Sonar Small Source Distribution

#1	https://www.finanztip.de/haftpflichtversicherung/privathaftpflicht/	(100.0%)
#2	https://www.finanztip.de/haftpflichtversicherung/haftpflicht-test/	(61.9%)
#3	https://www.deutsche-familienversicherung.de/sachversicherung/privathaftpflicht/privathaftpflicht-fuer-singles/	(28.6%)
#4	https://www.check24.de/haftpflichtversicherung/senioren/	(14.3%)
#5	finanztip.de	(9.5%)
#6	finanzen.net	(9.5%)
#7	https://www.deutsche-familienversicherung.de/sachversicherung/privathaftpflicht/	(9.5%)
#8	https://www.verivox.de/privathaftpflicht/	(9.5%)
#9	Finanztip[1]	(9.5%)
#10	https://www.versicherung-online.net/Haftpflichtversicherung-Senioren-755/ , https://www.verivox.de/privathaftpflicht/ , https://www.cosmosdirekt.de/private-haftpflichtversicherung/haftpflichtversicherung-vergleich/	(4.8%)

Claude Sonnet Source Distribution

#1	https://www.finanztip.de/privathaftpflichtversicherung/	(100.0%)
#2	https://www.check24.de/privathaftpflicht/	(64.3%)
#3	https://www.finanztip.de/haftpflichtversicherung/	(57.1%)
#4	https://www.verivox.de/privathaftpflichtversicherung/	(28.6%)
#5	https://www.test.de/Privathaftpflichtversicherung/	(14.3%)
#6	https://www.test.de/Privathaftpflichtversicherung-im-Test-5195654-0/	(7.1%)
#7	https://www.test.de/Privathaftpflichtversicherung-im-Test-1685969-0/	(7.1%)
#8	https://www.test.de/Privathaftpflichtversicherung-im-Test-5205654-0/	(7.1%)
#9	https://www.test.de/Haftpflichtversicherung-Die-besten-im-Test-5201495-0/	(7.1%)
#10	https://www.allianz.de/privatkunden/produkte/privathaftpflicht/	(7.1%)

Claude

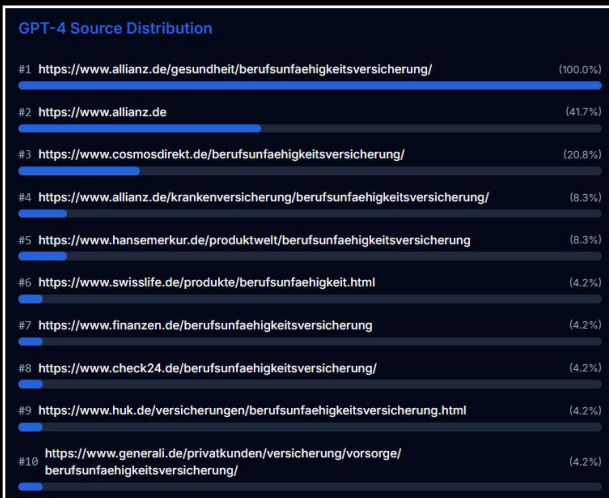


perplexity



THE POWER OF SOURCES – SHAPING BRAND PERCEPTION

Where do LLMs get their information?



Primarily company pages

Primary consumer portals



Era of Probability & AI Agents

HIDDEN CONNECTIONS — BRANDS & KEYWORDS IN AI CONTEXTS

Which insurance brands are mentioned together?

1 Brand Co-occurrence Mtrix

The Co-occurrence Mtrix reveals how frequently brands are mentioned together, highlighting potential market associations, competitive dynamics, and brand clustering patterns across different contexts.

	HUK-Coburg	Allianz	HUK24	Haftpflichtkass	Degenia	ERGO	AXA
Allianz	17	0	13	0	0	5	1
AXA	1	1	1	1	1	0	0
Die Bayerische	0	0	0	0	0	0	0
CosmosDirekt	2	0	1	0	0	0	0
HUK-Coburg	0	17	0	1	0	4	1
HUK24	0	13	0	2	0	5	1
Haftpflichtkasse	1	0	2	0	21	0	1
Degenia	0	0	0	21	0	0	1
Friday	0	0	0	4	5	0	1
Fairfekt	0	0	0	1	1	0	0
Die Haftpflichtkasse	0	0	0	0	1	0	0
Feather	0	0	0	0	0	0	1
ERGO	4	5	5	0	0	0	0
Continentale	0	0	1	0	0	0	1
Check24	0	0	0	0	0	0	0
Barmenia	0	0	1	0	0	0	0

Disclaimer: All data in this model is illustrative and based on approximately 50 runs. For higher accuracy, additional runs are required.

YOUR LLM PROFILE: STRENGTHS, WEAKNESSES & LLM EXPOSURE

Logos	Insurance company	Strengths	Weaknesses	Associated Values	ChatGPT Exposure (Wordcount)	Claude Exposure (Wordcount)
	Debeka	Marktführer private Krankenversicherung, hohe Kundenzufriedenheit	Wenig flexibel, altmodere Strukturen, eingeschränkt für Selbstständige	Gesundheit, Beständigkeit, Kundennähe	100.0% (36000)	85.2% (35784)
	Hanse Merkur	Spezialist für Reise- & Krankenversicherung, günstige Tarife	Eingeschränkte Produktpalette, weniger bekannt	Reisen, Flexibilität, Gesundheit	96.3% (34668)	72.4% (30408)
	Generali Deutschland	Stark in Lebensversicherungen, gute digitale Angebote	Umstrukturierungen, teils schwache Kundenbetreuung	Zukunft, Struktur, Wandel	91.8% (33048)	94.6% (39732)
	HUK-Coburg	Marktführer Kfz, günstige Tarife, hohe Kundenzufriedenheit	Fokus auf Kfz, Preisdruck, Service überlastet	Preis-Leistung, Verlässlichkeit, Nähe	91.5% (32940)	100.0% (42000)
	Gothaer	Solide mittelständische Absicherung, gute Firmenversicherungen	Weniger bekannt, digitale Schwächen	Mittelstand, Tradition, Sicherheit	86.4% (31104)	65.8% (27636)

YOUR LLM PROFILE: STRENGTHS, WEAKNESSES & LLM EXPOSURE

Logos	Insurance company	Strengths	Weaknesses	Associated Values	ChatGPT Exposure (Wordcount)	Claude Exposure (Wordcount)
	Versicherungskammer Bayern	Starke Marktposition in Süddeutschland, gutes Schadenmanagement	Regionale Begrenzung, wenig Innovation	Bayern, Verlässlichkeit, Stabilität	83.8% (30168)	58.3% (24486)
	Württembergische	Starke Beratung, solide Absicherung für Privatkunden	Nicht die günstigsten Tarife, weniger digital	Regionalität, Beratung, Sicherheit	77.6% (27935)	52.7% (22134)
	AXA Konzern AG	International erfahren, viele Produkte, innovativ	Schwerfällige Prozesse, variabler Service, teuer	Globalität, Fortschritt, Vertrauen	74.3% (26748)	91.8% (38556)
	Allianz	Finanzstark, breites Portfolio, global aktiv	Teuer, komplexe Tarife, bürokratisch	Sicherheit, Innovation, Stabilität	65.6% (23615)	98.5% (41370)
	ERGO Group	Breites Angebot, starke Rückendeckung, digital aktiv	Service mittelmäßig, Imageprobleme, nicht günstig	Tradition, Entwicklung, Vielfalt	65.6% (23615)	82.4% (34608)

YOUR LLM PROFILE: STRENGTHS, WEAKNESSES & LLM EXPOSURE

Logos	Insurance company	Strengths	Weaknesses	Associated Values	ChatGPT Exposure (Wordcount)	Claude Exposure (Wordcount)
	LVM Versicherung	Kundennahe Beratung, fairer Schadensservice, stark in der Landwirtschaft	Weniger bekannt, teils teuer	Nähe, Landwirtschaft, Beratung	62.4% (22464)	45.6% (19152)
	Signal Iduna	Starke Position in Gesundheits- und Firmenversicherungen	Eingeschränkter Service, teils hohe Beiträge	Handwerk, Gesundheit, Stabilität	59.7% (21492)	48.9% (20538)
	R+V Versicherung	Starkes Bankennetz, solide Finanzen, stark in Landwirtschaft	Weniger bekannt, langsam digital, teurer als Direktanbieter	Genossenschaft, Stabilität, Regionalität	54.4% (19584)	78.6% (33012)
	Alte Leipziger-Hallesche	Starke Berufsunfähigkeits- und Lebensversicherungen	Langsame Prozesse, nicht überall verfügbar	Zukunft, Sicherheit, Absicherung	4.0% (1440)	12.8% (5376)
	VHV	Spezialist für Kfz- und Bauversicherungen, günstige Tarife	Weniger bekannt, begrenztes Produktportfolio	Bauwesen, Kfz-Schutz, Fairness	7.0% (2520)	15.4% (6468)

GET YOUR PERSONALIZED REPORT

Discover how LLMs shape your brand in the Aldriven world – Request your in-depth analysis now!

✓	Choose any product and buying persona					
		Home insurance		Travel insurance		Auto insurance
		Life insurance		Disability insurance		Liability insurance
✓	Select from popular LLM models					
		 ChatGPT		 DeepSeek		 Grok
		 perplexity		 Gemini		 Claude
✓	Choose any fine-tuned open source model					
		Open-InsuranceLLM-Llama3-8B		marketteam/LLaMarketing		

You get an AI-powered audit, competitive benchmarking, and a market positioning snapshot – see where you stand and the path to growth.



The AI brand
intelligence company

ceel.ai Inc.

www.ceel.ai

Andreas Gensch

andreas.gensch@ceel.ai