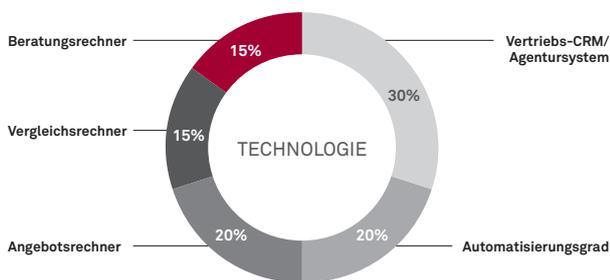


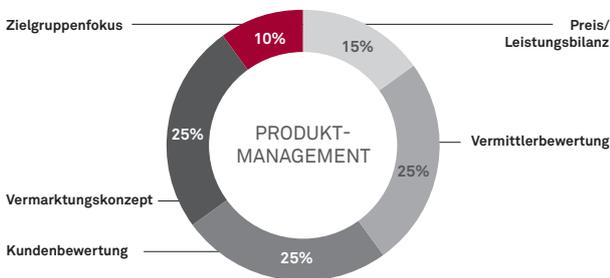
EINFLUSSFAKTOREN AUF DIE VERMITTLERLOYALTÄT

Die Optimierung der Vermittlerloyalität ist heute eine der wichtigsten Aufgaben des Vertriebsmanagements von Versicherern. Die detaillierte Messung und Bewertung der wichtigsten Einflussfelder gibt Aufschluss über Potenziale und Handlungsfelder*.



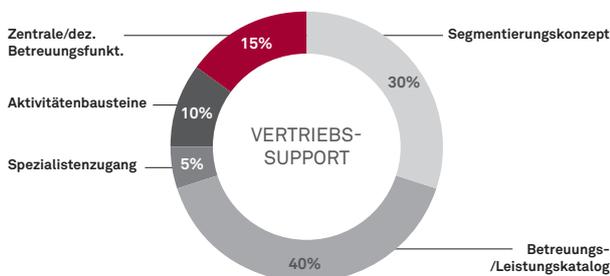
Technologie

End-to-End-Prozesse, durchgängige Automatisierung sowie die Usability der Systeme stellen den Versicherer ebenso vor Herausforderungen wie die Vernetzung der Endkundenportale mit den Vertriebstools.



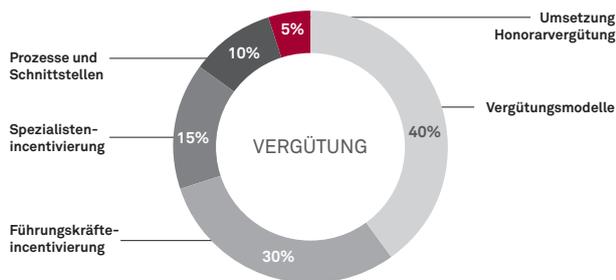
Produktmanagement

Individuelle Produktbewertungen sind zur Identifizierung von Optimierungspotenzial unerlässlich. Ebenso relevant sind Kriterien wie Preis/Leistung, individueller Faktoren wie Zielgruppen-Strategie oder Lebenszyklusphasen, die Angemessenheit der Präsentationsunterlagen für Vermittler und Kunde, Bedingungswerke sowie ein kundenorientierter Beratungsprozess.



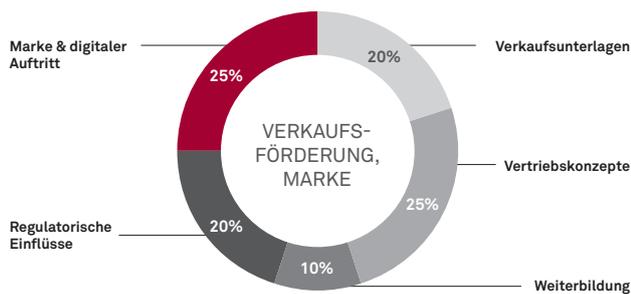
Vertriebssupport

Relevante Größen sind hier die Klassifizierung der Vermittler zur Dimensionierung optimaler Betreuungskonzepte, die Entwicklung durch Vertriebsmethodiken, digitale und persönliche Betreuung sowie der Zugang zu Fachspezialisten. Neben passivem Support gewinnt auch die proaktive, kampagnengetriebene Unterstützung weiter an Bedeutung.



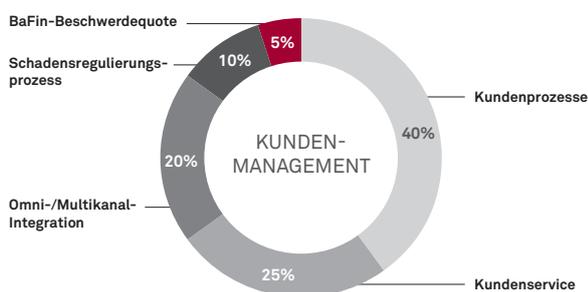
Vergütung

Wettbewerbsfähige Vergütungsmodelle mit klar aufgebauten Abrechnungen schaffen Transparenz für die Vermittler. Außerdem gilt es, ein effektives Provisions-clearing sowie Anreize durch bedarfsgerechte Führungskräfte- und Spezialisten-Incentivierung zu schaffen.



Verkaufsförderung

Durchdachte Konzepte und „Vertriebsstories“ sind wichtige aktive Maßnahmen zur Positionierung des Vermittlers beim Endkunden. Auch passive Maßnahmen wie ein positives Branding und ein hoher Bekanntheitsgrad fördern die Vertrauensbildung.



Kundenmanagement

Omni-Channel-Strategien stellen völlig neue Anforderungen an Versicherer. Zudem gilt es, den gestiegenen Kundenanforderungen an Kommunikation, Transparenz, Service und vor allem Reaktionsgeschwindigkeit Rechnung zu tragen.

*Quelle: msg Insurance Business Consulting



Steffen Bolenius

Bereichsleiter
Insurance Business Consulting
+49 173 300 85 22
steffen.bolenius@msg.group



Andreas Stollenwerk

Abteilungsleiter
Insurance Business Consulting
+49 152 01503451
andreas.stollenwerk@msg.group