

# MEHR EFFIZIENZ IM VERSICHERUNGSVERTRIEB

Mit fokussiertem Vertriebs- und Performance Management setzen Sie Ihr Vermittlerteam auf die Erfolgsspur

**Der personelle Vertrieb durch Versicherungsvermittler bleibt nach wie vor der umsatzstärkste Vertriebskanal. Damit das auch in Zeiten von Fachkräftemangel und Einschränkungen infolge regulatorischer Vorgaben so bleibt, unterstützt msg Versicherer mit kompetenter Beratung und bewährten Methoden für die Aktivierung, Betreuung und das Recruiting von Vermittlern.**

Die Digitalisierung verändert das Versicherungsgeschäft und die Vertriebswege. Doch der persönliche Kontakt spielt auch weiterhin eine wichtige Rolle. Denn gerade in der digitalen Versicherungswelt dreht sich alles um den Kunden. Wenn es darum geht, vertrauensvolle Kundenbeziehungen aufzubauen und die komplexen Produkte zu erklären, sind Vermittler unverzichtbar.

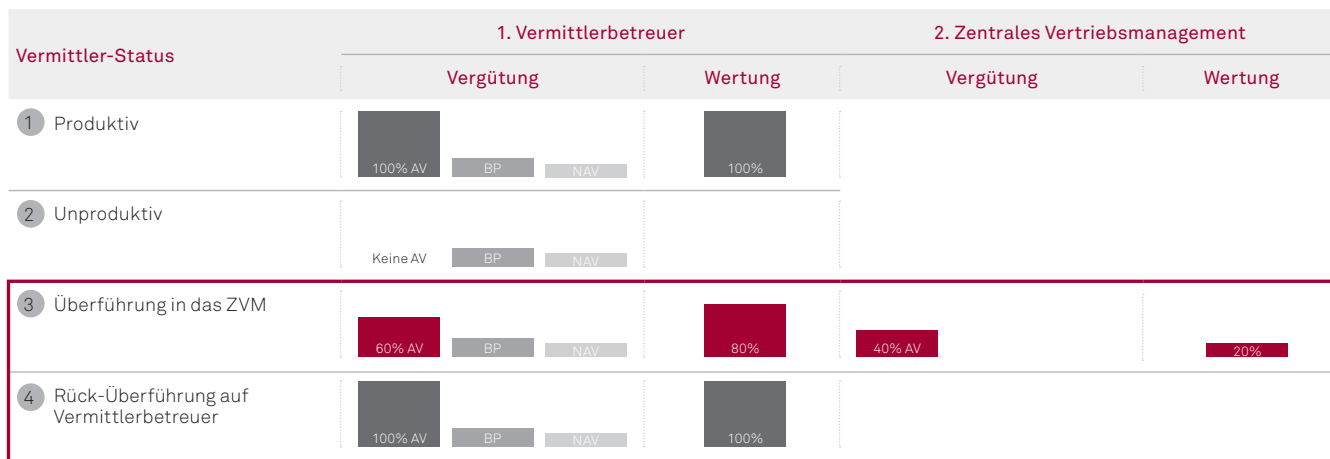
Messbarer Erfolg im Vertrieb entsteht aus der Kombination von ausgeprägtem Kundenverständnis, innovativen Technologien zur Vertriebsunterstützung sowie einer hohen individuellen Performance der Vermittler. Ein schneller Return on Investment wird insbesondere im freien bzw. Maklervertrieb erzielt.

## Herausforderungen für das Vertriebs- und Performance-Management

Die etablierten Versicherer unterhalten mehrere tausend Vertragsbeziehungen zu freien Vermittlern. Ein großer Teil davon ist jedoch unbetreut und unproduktiv. Gleichzeitig

sinkt die Anzahl der registrierten Vermittler. Viele scheiden aus Altersgründen aus, andere aufgrund von Reformen. Etliche inaktive, ältere Vermittler sind nur noch registriert, um ihre Bestandscourtage zu erhalten. Kompetente Makler sind also gesucht. Diese Herausforderungen prägen den Status Quo:

- Die Zahl der Versicherungsvermittler sinkt
- Versicherer konkurrieren um fähige Makler
- Regulatorische Anforderungen wie Insurance Distribution Directive (IDD) und Lebensversicherungsreformgesetz (LVRG) begrenzen Courtage und beschneiden monetäre Steuerungsinstrumente
- Unproduktive Vermittler verursachen Administrationsaufwand und Kosten
- Aufgrund historisch gewachsener Strukturen gibt es zahlreiche passive Vergütungsbeteiligte.
- Vorhandene Vermittler-Potenziale werden meist nicht ausgeschöpft.



Beispielhafte Regelung aus einem Überführungsmodell (AV = (Differenz-) Abschlussvergütung ; BP/NAV = (Differenz-) Bestandspflegevergütung)

## Unterstützung für Ihr Vertriebsmanagement

Diese Herausforderungen zeigen: Versicherer müssen ihre Strategie überdenken und ihren Vertrieb schlagkräftiger und effizienter aufstellen. Die Versicherungsexperten von msg haben dabei folgende Handlungsfelder identifiziert:

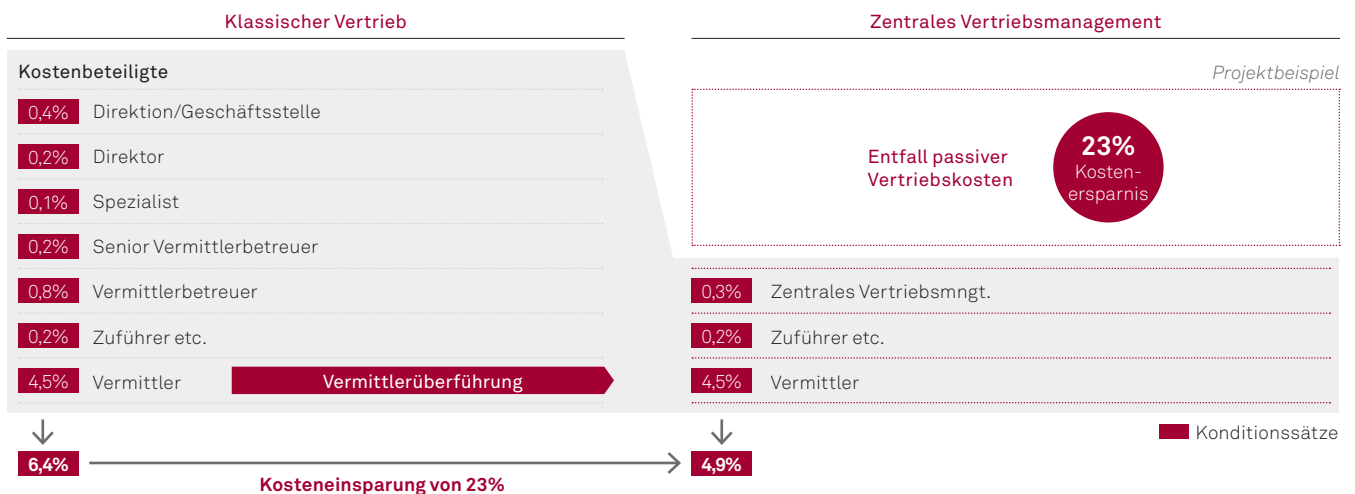
- **Vermittler-Aktivierung** durch Klassifizierung von Vermittlertypen und Entwicklung von vertriebskonformen Modellen zur Änderung der Betreuungsform mithilfe eines Überführungsmodells (siehe Grafik Vorderseite)
- **Vermittler-Betreuung** mithilfe von Betreuungs- und Leistungskatalogen sowie Entwicklungsmaßnahmen zur Förderung der Vertriebskraft und zur Erhöhung der Steuerbarkeit anhand von Best Practices
- **Vermittler-Recruiting:** mittels kennzahlengestützter Methoden für zielgruppenspezifische Rekrutierungsmodelle bei maximaler Prozessautomatisierung und ganzheitlicher Unterstützung der Betreuer in den einzelnen Phasen

Bei der Bearbeitung und Umsetzung dieser Handlungsfelder beraten wir Sie umfassend und unterstützen Sie mit bewährten Methoden, die an Ihre individuelle Strategie an-

gepasst werden. Dazu gehört u.a. ein Überführungsmodell, welches das Regelwerk für Änderungen bei der Betreuung bis hin zu den Auswirkungen auf Vergütung und Wertung für alle Hierarchiestufen untersucht und definiert. Durch die Zentralisierung der Vermittlerbetreuung und -gewinnung lassen sich passive Vertriebskosten in signifikanter Höhe einsparen, die zur Optimierung der Vertriebsunterstützung eingesetzt werden können. Diese Kostenkompensation fördert die Loyalität der Vermittler.

## Technologische Unterstützung beim Vermittler-Recruiting

Der Recruiting-Prozess zur Gewinnung neuer Vermittler gliedert sich in mehrere Phasen und ist nach zielgruppenspezifischen Faktoren differenziert: u.a. Vertriebsweg, Segment-/Spartenfokus, Berufserfahrung, Bestand. Eine Herausforderung liegt darin, die Interessenten in jeder Phase je nach ihrem persönlichen Profil, Situation und Zielen „richtig“ anzusprechen. Innovative technologische Unterstützung und die Integrationsmöglichkeit der „dynamischen Entscheidungen“ im Vertriebsalltag sind dabei wichtige Erfolgsfaktoren.



Vergleich zwischen klassischem Vertrieb und zentralem Vertriebsmanagement anhand eines Projektbeispiels.

Möchten Sie mehr über unser Angebot zum Vertriebs-Performance-Management erfahren? Wir freuen uns auf Ihren Anruf.



**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