

WEGWEISER ZUR SALES EXCELLENCE

Mit dem msg Sales Performance Compass Vermittlerloyalität und Vertriebsleistung optimieren

Kundenfokussierung und Fachkräftemangel zwingen Versicherer, qualifizierte Vermittler langfristig an ihr Unternehmen zu binden. Mit unserem Sales Performance Compass und kompetenter Beratung bieten wir eine Lösung, mit der Sie die Loyalität Ihrer Vermittler sowie die Leistung Ihres Vertriebs messen und Handlungsfelder aufzeigen können.

Auch wenn der Versicherungsvertrieb zunehmend digitalisiert wird, sind qualifizierte Vermittler unverzichtbar. Gerade die konsequente Ausrichtung an den Bedürfnissen des Kunden erfordert persönliche Kontakte sowie klare Erläuterungen der oftmals komplizierten Produkte. Laut einer Studie der Gothaer Versicherung wünschen sich mehr als 80 Prozent der Kunden einen persönlichen Ansprechpartner bei Ihrem Versicherer. Auch die aktuelle Vertriebswege-Statistik des Gesamtverbands der deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) bestätigt, dass die persönliche Beratung und Vermittlung über alle Sparten hinweg der wichtigste Umsatzbringer im Neugeschäft ist.

Der Erfolg der Vertriebsorganisation hängt in hohem Maße vom Engagement und der Leistungsfähigkeit der Vermittler ab. Allerdings macht sich auch hier der Fachkräftemangel bemerkbar, sodass Versicherer Gefahr laufen, ihr Potenzial im Markt nicht voll ausschöpfen zu können. Die Unternehmen müssen also dringend Nachwuchskräfte rekrutieren und vor allem bestehende Vermittler an sich binden. Maßnahmen zur Steigerung der Vermittlerloyalität sind daher von entscheidender Bedeutung.



Einflussfaktoren auf Vermittler-Loyalität und Sales Performance

Um eine solide Grundlage für zielgerichtete Optimierungsmaßnahmen zu schaffen, haben wir sechs Faktoren identifiziert, die direkten Einfluss auf die Loyalität der Vermittler haben:

- **Technologie**
z.B. Vertriebs-/CRM-System, Automatisierungsgrad, Angebots-, Vergleichs- und Beratungsrechner
- **Produktmanagement**
z.B. Preis-Leistungs-Bilanz, Vermarktungskonzept, Zielgruppenfokus
- **Vertriebsupport**
z.B. Unterstützung durch Segmentierungskonzept, Leistungskatalog, Zugang zu Spezialisten
- **Vergütung**
z.B. Vergütungsmodelle, Incentivierung, Managing von Reformen, Umsetzung Honorarvergütung
- **Verkaufsförderung**
z.B. Verkaufsunterlagen, Vertriebskonzepte, Weiterbildung
- **Kundenmanagement**
z.B. Kundenservice, Omni-/Multi-Channel-Integration, Schadenregulierung

Details zu den Einflussfaktoren finden Sie hier:

www.msg.group/ibc/markt-kunde

Wegweiser zu Kostensenkung und Umsatzsteigerung

Die Einflussfaktoren auf die Vermittlerloyalität sind vielschichtig. Um sie zu messen und Handlungsfelder zu identifizieren, haben wir den Sales Performance Compass entwickelt: eine Benchmarking-Methodik als Analysewerk-

zeug und Wegweiser für Optimierungsmaßnahmen im Vertriebsmanagement. Mithilfe dieses Analysewerkzeugs vergleichen wir Ihren Status Quo mit der Best Practice, machen die ganze Bandbreite der Einflussfaktoren messbar und bewerten sie in einem Reifegradmodell.

Die Basis für die Bemessung des Status Quo bilden kurze persönliche Interviews bei Ihnen vor Ort. Die Bestimmung des Reifegrads in allen Dimensionen erfolgt auf der Grundlage von Benchmarks und Referenzmodellen, die wir individuell an Ihre Vertriebsorganisation und Ihre Systeme anpassen. Im abschließenden Reifegrad-Assessment wird die Differenz zwischen Ist- und Zielbild ermittelt. Der Sales Performance Compass zeigt zu allen Einflussfaktoren den Reifegrad sowie das Delta zum Zielwert und visualisiert die Optimierungspotenziale für die Steigerung der Vermittlerloyalität sowie für Kostensenkung und Umsatzsteigerung im Vertrieb.

Als langjährig erfahrener Branchenspezialist für den Bereich Insurance verfügen wir über fundierte Kompetenz im Bereich Vertrieboptimierung. Auf dieser Grundlage beraten wir Sie umfassend und unterstützen Sie beim Einsatz unseres Sales Performance Compass, bei der Identifizierung der für Sie wichtigen Handlungsfelder sowie bei der Erstellung und beim Roll-out wirkungsvoller strategischer Programme – mit klarem Mehrwert für Ihre Vertriebsorganisation.

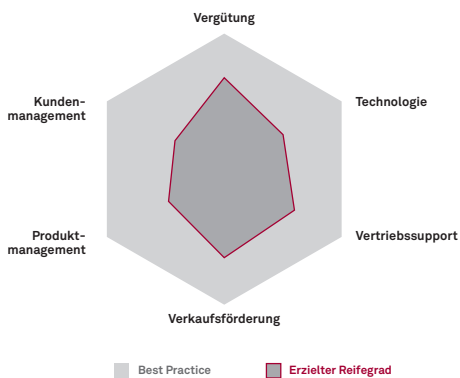
Ergebnistyp der Gap-Analyse analog des Sales Performance Compass



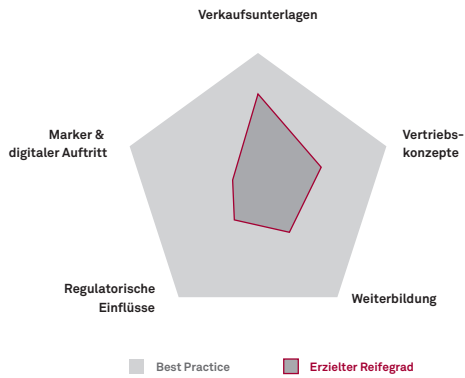
- Einflussfaktoren auf Vermittler-Loyalität**
- Vergütung
 - Vertriebssupport
 - Produktmanagement
 - Technologie
 - Verkaufsförderung
 - Kundenmanagement

Mit dieser Gap-Analyse identifizieren und priorisieren wir ihre individuellen Handlungsfelder. Beratung und Optimierung erfolgen nach einem auf ihren Bedarf ausgerichteten strategischen Konzept des Insurance Business Consulting.

Reifegrad-Assessment



Reifegrad-Verkaufsförderung



Das Gesamtergebnis des Reifegrad-Assessments zeigt, dass insbesondere im Bereich Kundenmanagement Optimierungspotenzial besteht. Eine detailliertere Betrachtung des Reifegrads beim Thema Verkaufsförderung impliziert Handlungsbedarf bei der Markenpositionierung und beim digitalen Auftritt.



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