



Vertriebserfolg im Spannungsfeld von Regulatorik und Kundenanforderungen

Angebot zur Teilnahme an einer Beteiligungsstudie zur Messung von Beratungsqualität

Köln, 14. Dezember 2015

In Kooperation von

**Fachhochschule
Dortmund**

University of Applied Sciences and Arts

MSR Insights

concern

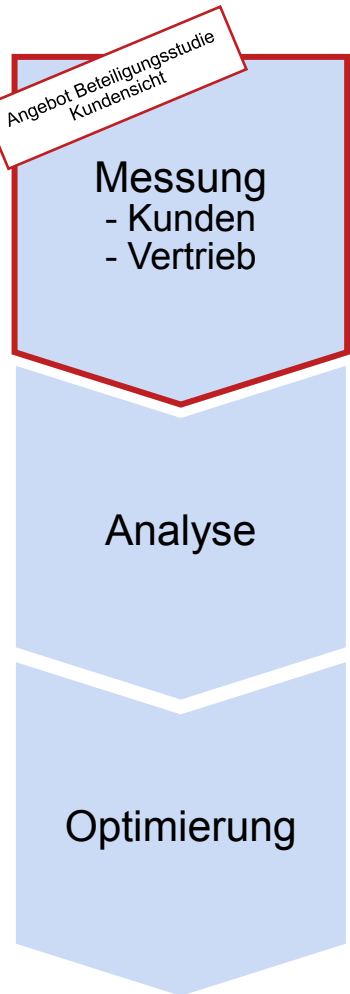
AMC
Ein starkes Netzwerk

Beratungsqualität benötigt ein Mess- und Steuerungssystem

– Ein ganzheitlicher Ansatz berücksichtigt Messung und Umsetzung –

- Das Management der Beratungsqualität ist eine existenzielle Frage für Versicherer und Finanzvertriebe
 - Zu diesem Zweck wurde ein wissenschaftlich fundierter Ansatz zur Messung von Beratungsqualität entwickelt, der eine hervorragende Grundlage zur Steuerung und Optimierung liefert (Beteiligte: MSR Insights, concern, Prof. Dr. Beenken, Soundingboard aus diversen Marktteilnehmern)
 - Der Ansatz liefert ein umfassendes Verständnis der Wirkzusammenhänge und ermöglicht die Übertragung der Erkenntnisse in Vertriebssteuerung und -unterstützung
 - Der Ansatz beinhaltet drei Elemente:
 - Messung (Kunden- und Vertriebspartnerperspektive)
 - Analyse der Unterstützungsmaßnahmen und Steuerungsinstrumente
 - Überführung der Erkenntnisse in Optimierungsmaßnahmen
 - Erkenntnisse zu Beratungsqualität im Markt und den Wirkmechanismen liegen vor
- Wir möchten Sie hiermit einladen, an einer Beteiligungsstudie teilzunehmen, die Ihnen wertvolle Erkenntnisse und Steuerungsimpulse liefert

Die Messungen sind als Input- und Controlling-Größe für eine Optimierung geeignet



Kontext des Beratungsgesprächs

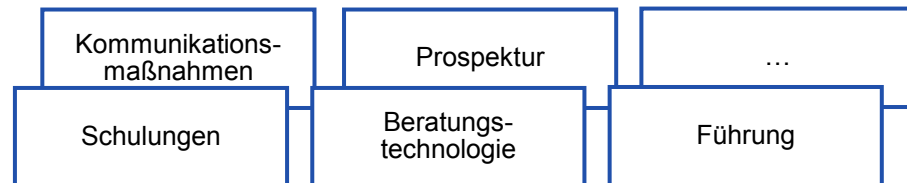
- Gesprächsziel Kunde
- Vorinformation Kunde
- Risikoklasse Beruf
- Beziehung zum Vermittler
- ...

- Wie wirkt sich der Einsatz unterschiedlicher Unterstützungsmaßnahmen und Instrumente auf die Beratungsqualität aus?

- Wo liegt die optimale Kombination der rechtssicheren Umsetzung von Beratungsqualität und der Vertriebsstärke?

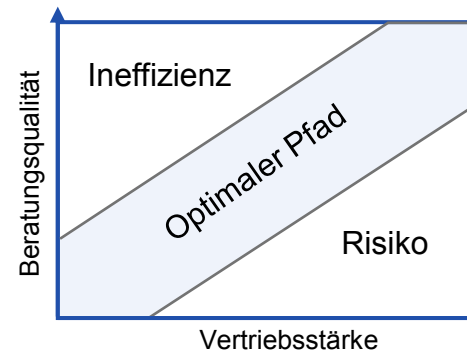
Umsetzung Beratungsqualität

- Fachliche Produktinformationen
- Verständnis des Kunden
- Eingehen auf die Lebenssituation
- ...



Kundenwahrnehmung

- Zufriedenheit
- Kaufbestätigung
- Vertrauen
- Wertschätzung der Beratung in theoretischer Preisbereitschaft
- ...



Eine Beteiligungsstudie bietet umfassende Analysemöglichkeiten bei überschaubarem Aufwand pro Teilnehmer

Beteiligungsstudie Beratungsqualität

Spartenspezifische Fakten- und Verständnisorientierte Kundenbefragung zu mehreren Sparten
(bereits in BU und Hausrat getestet)

Für jeden Teilnehmer werden mind. 150 Neuvertragskunden mit zeitnahe Abschluss in der Sparte befragt



Treiber- und Wirkungsanalysen

- Effizienz und Effektivität unterschiedlicher Instrumente im Vergleich
- Wirkzusammenhang Beratungsqualität und Vertriebsstärke
- Kontextuale Anforderungen



Benchmarking (anonym)

- Umsetzung der Prozess- und Ergebnisqualität im Vergleich zu den anderen Teilnehmern und dem Markt
- Effizienz und Effektivität der eigenen eingesetzten Instrumente im Vergleich

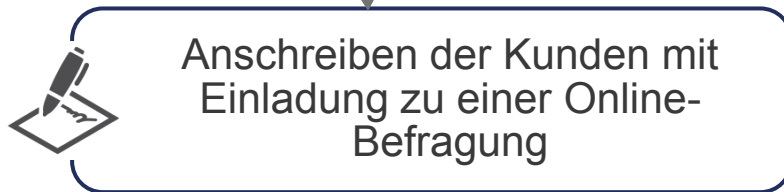
Es werden Kunden befragt, die aktuell einen Vertrag abgeschlossen haben

Vorgehen Befragung

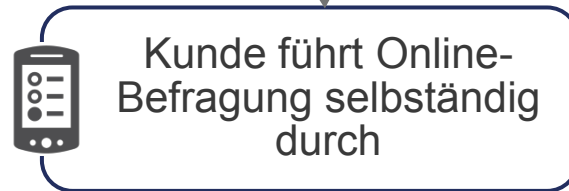
Schritt 1



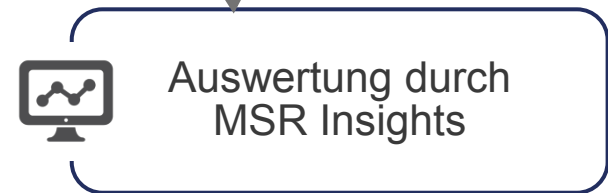
Schritt 2



Schritt 3



Schritt 4



Ein Dialog zu individuellen Rahmenbedingungen und unternehmensspezifischen Ergebnisse ist enthalten

Leistungsumfang

Projekt-Setup und Befragungsvorbereitung

- Kostenfreier Gestaltungsworkshop mit allen teilnehmenden Versicherern am 3. Februar 2016 in Köln
- Vollständige Projektplanung und -koordination vom Set-up bis zur Ergebniskommunikation
- Rückgriff auf das entwickelte Vorgehen
- Spezifische Anpassung des Untersuchungsdesigns in Abstimmung mit den Teilnehmern
- Unternehmensindividuelles Briefinggespräch zu den Grundlagen der Vertriebssteuerung

Durchführung der Befragung (Interviewdauer 10-12 Minuten)

- Durchführung Onlinebefragung und komplette Feldsteuerung
- Optional: Übernahme der kompletten Logistik der Kundenanschriften

Auswertung und Ergebnisaufbereitung

- Uni-, bi-, und multivariate Auswertungen der Befragungsdaten
- Berichtsband mit den wichtigsten Ergebnissen im Benchmarkvergleich
- Unternehmensindividuelle Summary der wichtigsten Ergebnisse

Ergebnisbesprechung

- Ergebnisworkshop zu allgemeinen Erkenntnissen im Markt mit dem Teilnehmerkreis
- Unternehmensindividuelle Diskussion der wesentlichen Ergebnisse und Handlungsimplicationen

Optional sind vertiefende Analysen und ein individualisiertes Vorgehen zur Optimierung immer möglich

Übersicht Projektkosten

Kosten in Euro zzgl. MwSt.

Stichproben

(jeweils n=150 Interviews je Teilnehmer)

- Neuvertrag BU
- Neuvertrag Hausrat
- ...



Kosten

- 1 Stichprobe 7.500,-
- 2 Stichproben 12.750,-

- Jede weitere Stichprobe:
5.250

Optionale Zusatzkosten

- Übernahme Logistik, Versand Kundenanschriften durch MSR Insights
je Teilstichprobe pro n = 150 2.200,-
- Umfassende Präsentation Endergebnisse beim Auftraggeber 1.500,-**
- Erhöhung des Stichprobenumfangs je Sparte auf Anfrage

** zzgl. Reisekosten

Vorteile der Teilnahme an der Studie

- Zugriff auf Entwicklungswissen des Projektteams
- Einfluss auf weitere Gestaltung des Instruments
- Gemeinsame Entwicklung mit mehreren Teilnehmern erhöht die Qualität des Instruments
 - Einbeziehung von Praktikern bei der Konzeption
- Ergebnis-Workshop mit den Beziehern
 - Verbessertes Verständnis der Zusammenhänge durch internes Wissen
 - Kreative Prozesse: z.B. Ideengenerierung für weitere Analysen und Maßnahmen