

STUDIE

Qualitätsmonitor AO-Vertrieb 2018

Themen-Special in 2018: Vertriebsunterstützung durch AD-Führungskräfte



HEUTE UND MORGEN



**UNSER
ANGEBOT**

Sehr geehrte Damen und Herren,

während in der AO nach wie vor das mit Abstand meiste Neugeschäft geschrieben wird, ist die Anzahl gebundener Vermittler in den letzten fünf Jahren um fast ein Viertel zurückgegangen.

Diese Entwicklung bedarf einer genauen und kontinuierlichen Analyse der vertriebspartnerorientierten Leistungen und Services, um im Kampf um die besten Vertriebstalente vorne dabei zu sein.

Mit ca. 5.000 befragten Vermittlern pro Jahr ist der HEUTE UND MORGEN Qualitätsmonitor AO-Vertrieb die größte Vermittler-Benchmarkstudie auf dem deutschen Markt. Die Ergebnisse der Studie zeigen nicht nur Potenziale auf, sondern unterstützen Sie auch in der konkreten Umsetzung und Steuerung von Optimierungsmaßnahmen, und das zu deutlich geringeren Kosten als vergleichbare Studien!

Überzeugen Sie sich auf den Folgeseiten von den Vorzügen unserer Studie. Für weitere Rückfragen und zum Kennenlernen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Mit besten Grüßen






Axel Stempel

Geschäftsführer
0221 995 005-14
axel.stempel@heuteundmorgen.de

Robert Quinke

Geschäftsführer
0221 995 005-13
robert.quinke@heuteundmorgen.de

IHRE ERKENNTNISSE AUS DER STUDIE

-  **Zufriedenheit Ihrer Vermittler** mit allen Produkten und relevanten vertriebsunterstützenden Leistungen und Prozessen wie Marketing, Vertriebsunterstützung, IT, Provisionen und Incentives, Innendienst, Antragsbearbeitung und Schadenabwicklung
-  Vergleich der Zufriedenheit Ihrer Vermittler zu **relevanten Wettbewerbern**, um wettbewerbsrelevante Stärken und Schwächung in der Vertriebsunterstützung zu identifizieren
-  **Internes Benchmarking** (z.B. Vertriebsregionen, Gebietsdirektionen) zur Leistungsförderung einzelner Einheiten durch ein internes Leistungsranking
-  Identifikation der zentralen **Treiber der Vermittlerzufriedenheit und Vermittlerbindung**, um einzelne Optimierungsmaßnahmen priorisieren zu können
-  **Konkrete Verbesserungsvorschläge** der Vermittler zu einzelnen Themen durch die Einbindung offener Fragen zu Zufriedenheitstreibern und Hemmnissen

QUALITÄTSMONITOR AO-VERTRIEB AUF EINEN BLICK

| | | |
|---|---------------------------------|---|
| 1 | Onlinebefragung | <p>Die Studie wird als Onlinebefragung durchgeführt. Dies bietet folgende Vorteile:</p> <ul style="list-style-type: none">• Es können deutlich größere Fallzahlen zu geringeren Kosten realisiert werden. Dies führt zu größerer Akzeptanz der Ergebnisse und ermöglicht die Differenzierung nach unterschiedlichen Vermittlergruppen (z.B. Vertriebsregionen, ABC-Klassifizierung).• Minimum ist eine Stichprobe von 200 Vermittlern (oder Vollerhebung).• Für Ihre Vermittler ist die Befragung deutlich komfortabler als eine telefonische Befragung. |
| 2 | Flexibilität | <p>Das Studiendesign ist äußerst flexibel und hat die folgenden Vorteile:</p> <ul style="list-style-type: none">• Sie können uneingeschränkt individuelle Fragen bzw. Themen in das Basisinstrument integrieren oder die Studie mit selbst durchgeführten Befragungen verbinden.• Der Befragungszeitraum ist von Mai bis September 2018 frei wählbar. Der Studienbericht steht Ende Oktober zur Verfügung.• Sie können aus den teilnehmenden Gesellschaften Ihre individuelle Peer-Group für den Wettbewerbsvergleich auswählen. |
| 3 | Sparten-differenzierung | <p>Einzelne Leistungen (z.B. Produkte, Innendienst und Prozesse) werden getrennt für einzelne Sparten abgefragt. Dies ermöglicht die Ableitung konkreter Optimierungsmaßnahmen.</p> |
| 4 | Ungeschminkte Wahrheiten | <p>Ihre Vermittler werden im Namen Ihrer Gesellschaft zur Qualitätsbefragung eingeladen.</p> <ul style="list-style-type: none">• Ehrliche und ungeschminkte Antworten, die Verbesserungsbedarf klar adressieren.• Ergiebige O-Töne und Verbesserungsvorschläge aus offenen Fragen.• Hohe Teilnahmebereitschaft der Vermittler (bis zu 60%). |

BEFRAGUNGSIHALTE BASISINSTRUMENT

Vermittlerattraktivitätsindex (VAI): Bindung & Potenzial

Gesamtzufriedenheit, Net-Promoter-Score, Wechselbereitschaft, erwartete Geschäftsentwicklung nach Sparten

| | | |
|------------------------------------|---|--|
| Produkte |  Produktsparten | ▶ 25 Produkte: Leben, Komposit, Kranken, Finanzen und Firmen |
| Vermittlerbezogene Prozesse |  Konditionen | ▶ Provisionen, Incentives und Zielvorgaben |
| |  Marketingunterstützung | ▶ Werbung, Verkaufsförderung, Verkaufsunterlagen |
| |  Vertriebsunterstützung | ▶ pers. Betreuung, Vollmachten und Informationsfluss |
| |  IT-Unterstützung | ▶ Angebots- und Bestandverwaltungssoftware, Extranet |
| |  Qualifizierung | ▶ Schulungen |
| Kundenbezogene Prozesse |  Innendienst | ▶ nach Sparten: Leben, Kfz, SUH, Kranken und Firmen |
| |  Antragsbearbeitung | ▶ nach Sparten: Leben, Komposit, Kranken und Firmen |
| |  Leistungsfall | ▶ nach Sparten: Leben, Komposit, Kranken und Firmen |



VERTRIEBSUNTERSTÜTZUNG DURCH AD-FÜHRUNGSKRÄFTE

Kosteneinsparungen führen in vielen Vertriebsorganisationen zur Reduzierung der Anzahl an Führungskräften und somit zur Verschlechterung des Betreuungsschlüssels für die Vermittler. Für diverse Themen wird der persönliche Kontakt durch Webinare abgelöst. Aber welche Relevanz hat die persönliche Führungskraft für Erfolg und Bindung der Vermittler? Und in welchen Bereichen ist die Vertriebsunterstützung durch die Führungskraft besonders wichtig? Diesen Fragen gehen wir in unserem diesjährigen Themen-Special nach.

Als Teilnehmer an der Studie können Sie Einfluss auf die Konzeption des Themen-Specials nehmen. Vorschläge und Wünsche können Sie **bis zum 06.04.2018** einreichen. Folgende Themen sind geplant:

- Kontakthäufigkeit und Kontaktwege zur persönlichen Führungskraft
- Hard und Soft Skills der persönlichen Führungskraft (Produktkompetenz, Vertriebskompetenz, Wertschätzung etc.)
- Relevante Themen (IDD-Umsetzung, Unterstützung im Beratungsgespräch, Unterstützung bei Aktionen etc.)

Hinweis: Dies sind kostenlose Zusatzangebote. Die Teilnahme an diesen Zusatzangeboten ist nicht verpflichtend.

BISHERIGE TEILNEHMER



HEUTE UND MORGEN

Der Teilnehmerkreis reicht von internationalen Konzernen bis zu kleineren regionalen Versicherern und bietet somit jeder Gesellschaft die Möglichkeit, sich mit relevanten Wettbewerbern zu messen.



„ Die Meinung unserer Vertriebspartner ist uns sehr wichtig, denn wir möchten, dass sie unsere Kunden optimal beraten und versichern können. Die Ergebnisse der Studie von HEUTE UND MORGEN liefern uns dazu wichtige Erkenntnisse.
(Dr. Daniel Spiecker, ERGO)

„ Es gibt am Markt viele Studien zur AO, aber die Untersuchung von HEUTE UND MORGEN war die erste, die uns wirklich praxisrelevante Erkenntnisse vermittelt hat. Durch die Spartendifferenzierung können wir einzelne Prozesse sehr gut betrachten und daraus Implikationen ableiten.
(Ulrich Borchmann, Gothaer)

„ Mit der Vermittlerstudie von HEUTE UND MORGEN haben wir die Möglichkeit, uns einerseits mit relevanten Wettbewerbern zu messen. Andererseits können wir aufgrund der Online-Methodik auf effiziente Weise große Stichproben erheben, die es uns ermöglichen, interne Vergleiche auf Direktionsebene anzustellen. Wir arbeiten im Vertrieb sehr intensiv mit den Studienergebnissen.
(Dominik Marschollek, Wüstenrot & Württembergische AG)

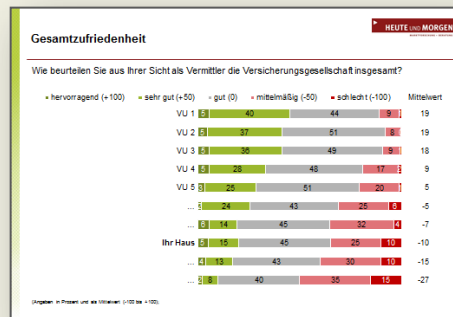
IHRE ERGEBNISSE

Ergebnisdarstellung

- Sie erhalten einen ausführlichen, übersichtlichen PPT-Chart-Bericht inkl. Management-Summary.
- Sie erhalten einen Tabellenband mit von Ihnen vorgegebenen Spaltenköpfen (z.B. Vertriebsregionen).
- Zudem werden für Ihr Haus individuelle Relevanzanalysen durchgeführt.
- Auf Anfrage bereiten wir Ihnen die zentralen Ergebnisse in Ihrem Corporate Design für interne Präsentationen auf.

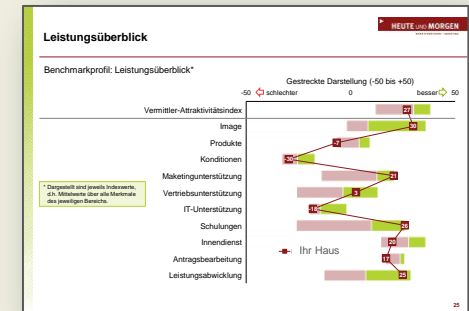
Rankings

- Ranking aller Studienteilnehmer pro Frage.
- Ihre Position im Benchmark wird deutlich.
- Best-Practice: Lernen von den Besten!



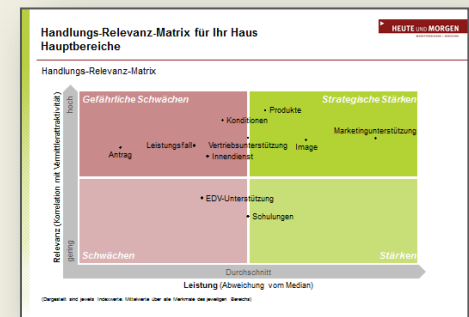
Benchmark-Profile

- Profildarstellung im Vergleich zur Spannweite der besten und schlechtesten Versicherer.
- Schneller Überblick pro Bereich und verdichtet über alle Bereiche hinweg.



Handlungs-Relevanz-Matrix

- Die zentralen Handlungsfelder werden identifiziert.
- Treiberanalysen werden individuell für Ihr Haus berechnet.



LEISTUNGEN UND KOSTEN

Bestellung per E-Mail an: axel.stempel@heuteundmorgen.de / Fax: +49 221 99 5005 29

NETTOKOSTEN
ZZGL. GESETZL. MWST

| ➔ «Qualitätsmonitor AO-Vertrieb 2018» Basisinstrument | | |
|---|---|---------|
| <input type="checkbox"/> | Vollerhebung oder Zufallsstichprobe Ihrer Vermittler (n=500 inklusive), Analysebericht in PowerPoint, individuelle Relevanzanalysen, Management-Summary, Tabellenband | 3.500 € |

| ➔ Kostenlose Zusatzoptionen | | |
|-----------------------------|---|--|
| <input type="checkbox"/> | Themen-Special „Vertriebsunterstützung durch AD-Führungskräfte“ | |

| ➔ Kostenpflichtige Zusatzoptionen | | |
|-----------------------------------|---|-------------|
| <input type="checkbox"/> | Aufstockung der eigenen Stichprobe auf mehr als n=500 Interviews | auf Anfrage |
| <input type="checkbox"/> | Integration von Zusatzfragen oder Themen | auf Anfrage |
| <input type="checkbox"/> | Darstellung von Zeitreihen für Ihr Unternehmen (nur für Teilnehmer vorheriger Befragungswellen) | 750 € |
| <input type="checkbox"/> | Individuelle Zusammenstellung des Wettbewerberumfelds aus den Studienteilnehmern für Benchmarkprofile und Handlungs-Relevanz-Matrizen (standardmäßig fließen alle Teilnehmer ein) | 750 € |
| <input type="checkbox"/> | Zusammenfassung und Darstellung der Ergebnisse für interne Präsentationen im unternehmensspezifischen PowerPoint-Layout | auf Anfrage |

| ➔ Ihre Kontaktdaten | | | |
|---------------------|--|--------------|--|
| Name | | Unternehmen | |
| Email | | Telefon | |
| Ort, Datum | | Unterschrift | |

IHRE ANSPRECHPARTNER

Sprechen Sie uns gerne an. Es lohnt sich!



Axel Stempel
Geschäftsführer

+49 221 995005-14
axel.stempel@heuteundmorgen.de



Robert Quinke
Geschäftsführer

+49 221 995005-13
robert.quinke@heuteundmorgen.de

Gerne unterstützen wir Sie auch bei folgenden Themen:

- Kundenzufriedenheitsbefragungen (b2c und b2b)
- Kundenbefragungen von Agenturen
- Kundensegmentierungen
- Imageanalysen und Markenberatung
- Customer Journey- und Touchpointanalysen
- Produktentwicklung und Produktoptimierung
- Entwicklung und Optimierung von Assistance-Leistungen
- Simulation von Beratungsgesprächen
- Optimierung von Dokumenten und Kommunikation (Anträge, Policen, Standmitteilungen, Mailings)
- Entwicklung und Optimierung von Online-Services (Antragsrouten, Website, Kundenportale, Apps)