

# Weiterbildungsprüfungen der Industrie- und Handelskammern

**Prüfung:**                    **Geprüfte/-r Versicherungsfachwirt/-in**

**Themenbereich:**        **Marketing und Vertrieb**

(§ 6 Abs. 5)

**Lösungshinweise:**    **13. Oktober 2008**

Hinweise für den Korrektor:

- Die folgenden Lösungen sind lediglich Lösungshinweise und keine Musterlösungen.
- Sie sollen nur den Rahmen der zu erwartenden Prüfungsleistung abstecken.
- Der Korrektor ist durch die hier aufgeführten Lösungshinweise in seinem Bewertungsspielraum nicht eingeengt.
- Bei Aufgaben, die eine Aufzählung von n-Fakten zur Lösung erfordern, werden nur die ersten n-Fakten gewertet. Alle darüber hinausgehenden Aufzählungen werden gestrichen.
- Bei Berechnungen sollen Folgefehler berücksichtigt werden und somit nicht zum Punktabzug führen.

Die Vervielfältigung, Verbreitung oder öffentliche Wiedergabe der Publikation [der Prüfungssätze] ist nicht gestattet (§§ 53, 54 UrhG) und strafbar (§ 106 UrhG). Im Fall der Zuwiderhandlung wird Strafantrag gestellt.

Der leichten Lesbarkeit wegen geben wir in den Aufgaben/Texten der männlichen Form den Vorzug. Mit diesem einfacheren sprachlichen Ausdruck sind selbstverständlich immer Männer und Frauen gemeint.

Die Aufgaben mit Lösungsvorschlägen können von den Industrie- und Handelskammern oder Dritten nach einer Frist von sechs Monaten direkt bestellt werden bei:

W. Bertelsmann Verlag GmbH & Co. KG, Service-Center DIHK,

Postfach 10 06 33, 33506 Bielefeld

Tel.: 0521/91101-16, Fax: 0521/91101-19, E-Mail: service@wbv.de

IHK ■ Die Weiterbildung

## Aufgabe 1

Der neue Vertriebsvorstand möchte im Rahmen des Produktmanagements die Strukturierung und Analyse der Kundendaten dazu nutzen, kundengruppenspezifischere Produkte zu gestalten. Hierzu benötigt er einige Hintergrundinformationen.

- a) Nennen Sie drei Marktsegmentierungskriterien und geben Sie für jedes Segment ein Beispiel an. (6 Punkte)
- b) Erläutern Sie anhand von drei Kriterien, was die Kunden von Versicherungsprodukten erwarten. (6 Punkte)
- c) Geben Sie je ein Beispiel
1. für eine Assistance-Leistung aus dem Bereich der Personenversicherung und (4 Punkte)
  2. für eine Assistance-Leistung aus dem Bereich der Sachversicherung (4 Punkte)
- und begründen Sie deren jeweiligen Kundennutzen.

### Lösungshinweise Aufgabe 1

(Lz./Tax.: 19/4, 34/1, 37/3, 39/3)

**20 Punkte**

- a) Z. B.:
- geografisch (Region, Wohnort usw.)
  - soziodemografisch (Alter, Geschlecht usw.)
  - psychografisch (Meinungen, Motive usw.)
  - verhaltensbezogen (Treue gegenüber Versicherer, Art der genutzten Medien usw.)
- (6 Punkte)**
- b) Z. B.:
- Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis, d. h., wenn hochwertige Leistungen geboten werden, ist der Kunde bereit, auch den dafür angemessenen Preis zu bezahlen.
  - Kombinierbarkeit mit anderen Produkten, d. h. z. B. die Einschlussmöglichkeit einer Pflegezusatzversicherung in der Unfallversicherung oder ein Versicherungspaket aus Gebäude- und Inhaltsversicherung
  - Transparenz, d. h. gut lesbare und verständliche Versicherungsbedingungen und geringer Dokumentenumfang
  - Berücksichtigung des eigenen Risikoverhaltens, z. B. eine Prämienreduzierung für Garagenbenutzung bei einer Kfz-Versicherung
- (6 Punkte)**
- c) 1. Z. B.:
- Krankenrücktransport aus dem Ausland bei einer Krankenversicherung:
- Die Organisation wird abgenommen.
  - Die ärztliche Situation wird unter Fachleuten besprochen.
  - keine unnötigen Risiken während des Transportes
  - keine zusätzlichen Kosten
  - Erleichterung auch in psychisch-emotionaler Hinsicht
- usw.
- (4 Punkte)**

2. Z. B.:
- Pannenhilfe im Rahmen einer Kfz-Versicherung:
- konkrete Hilfestellung im Akutfall ohne unnötigen Verwaltungsaufwand
  - Wahrung der Mobilität
  - keine langen Werkstatt-Wartezeiten
- usw.

**(4 Punkte)**

## Aufgabe 2

Der Vertriebsvorstand der Proximus AG ist zu der Erkenntnis gekommen, dass die Umsetzung der EU-Vermittlerrichtlinie und der VVG-Reform wesentlich mehr Einfluss auf seinen Ausschließungsvertrieb hat als zunächst angenommen. Sie sind als Mitglied im Arbeitskreis „Bestandsgeschäft“ zur Vorbereitung der ersten Sitzung mit folgenden Themen betraut worden:

- a) Zur Einstimmung auf den Themenkomplex erläutern Sie vier etablierte Instrumente der Kundenbindung. (8 Punkte)
- b) Stellen Sie zwei Aufgaben dar, welche mit der Beratung durch den Außendienst und Innendienst nach dem Abschluss verknüpft sind. (4 Punkte)
- c) Ziel ist es, für die Bestandskunden eine spürbare Verbesserung der Beratungs- und Betreuungsleistung zu bewirken. (8 Punkte)
- Erläutern Sie vier Maßnahmen, die die Beratungs- und die Betreuungsaufgabe des Innen- und Außendienstes positiv verstärken können. (8 Punkte)

### Lösungshinweise Aufgabe 2

(Lz./Tax.: 73/3, 74/3)

**20 Punkte**

- a) Z. B.:
- Imagebildung als Vertrauensbasis
  - Zielgruppenorientierung
  - attraktive Preispolitik
  - aktive Schadenverhütung
  - optimale Schadenregulierung
  - zusätzliche Services
  - Cross-Selling
  - zeitgemäße Kommunikationswege
  - Beschwerdemanagement

**(8 Punkte)**

**Hinweis für den Korrektor:** Vier Instrumente müssen erläutert werden.

b) Z. B.:

- Erhöhung der Beratungsqualität sowohl im Innen- als auch im Außendienst durch Schulungsmaßnahmen
- Zertifizierungen für die Mitarbeiter
- Verbesserung der Erreichbarkeit
- Nutzung aller Kommunikationswege zum Kunden
- Total-Quality-Management

**(4 Punkte)**

c) Z. B.:

- Verbesserung des Beschwerdemanagements durch aktive Kundenbefragungen
- konzentrierte Vertriebsaktionen der Direktion durch Einbindung der Vertriebspartner
- Umstellungsaktionen veralteter Vertragsbedingungen
- Erhöhung der Kontaktfrequenz zum Kunden durch gezielten Einsatz aktueller Medien
- konsequenter Umgang mit „Beratungsverweigerern“ auf beiden Seiten

**(8 Punkte)**