

Bundeseinheitliche Weiterbildungsprüfung

der Industrie- und Handelskammern

Lösungshinweise

Geprüfte/-r Fachwirt/-in für Versicherungen und Finanzen

- Handlungsbereich Vertriebsmanagement
- Prüfungstag 15. Oktober 2014

Bundeseinheitliche Weiterbildungsprüfung

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 eingengt.
- 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.
- 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

Ausgangssituation zu allen Aufgaben:

Die PROXIMUS Versicherung AG hat erkannt, dass die reine Leistungsbearbeitung als Anforderungsprofil für Mitarbeiter der Schadenbereiche nicht mehr genügt. Vielmehr ist hier ein starker Trend zur Service- und Vertriebsorientierung im Markt erkennbar. Um im Wettbewerb bestehen zu können, wird deswegen vom Kompositivvorstand ein einjähriges Projekt in Auftrag gegeben, welches die Möglichkeiten des Service- und Vertriebsansatzes im Schadenbereich analysieren soll.

Aufgabe 1

Die Servicelevels in der Schadenbearbeitung sollen ab 2016 verbessert werden.

Im Projekt werden Sie mit dem Arbeitspaket „Zielvereinbarung und Anreizsystem“ beauftragt, folgende Aspekte zu untersuchen:

- | | |
|--|-------------|
| a) Beschreiben Sie den Führungsstil Management by Objectives und berücksichtigen Sie dabei auch den Einfluss der Mitarbeiter auf die Zielgestaltung. | (6 Punkte) |
| b) Nennen Sie die Inhalte einer Zielvereinbarung anhand der S.M.A.R.T.-Formel. | (5 Punkte) |
| c) Stellen Sie fünf Elemente dar, die bei Zielvereinbarungsgesprächen zu berücksichtigen sind. | (10 Punkte) |
| d) Nennen Sie je zwei unterschiedliche Anreizsysteme | (4 Punkte) |
| ▪ des Innendienstes und | |
| ▪ des Außendienstes, | |
| die für eine Verbesserung des Services und der Vertriebsorientierung geeignet sind. | |

Lösungshinweise Aufgabe 1

(RP: 5.2)

(25 Punkte)

- | | |
|--|------------|
| a) Das Führen durch Ziele geht davon aus, dass das Setzen von Zielen die Identifikation des Mitarbeiters mit seiner Tätigkeit fördert und Motivation bewirkt. Dieser behält dabei die Entscheidungsfreiheit bezüglich der Wahl der Mittel zur Umsetzung und Erreichung dieser Ziele. Es besteht Klarheit, woran der Mitarbeiter gemessen und beurteilt wird. Auch Anreize oder Vergütungen können daran geknüpft werden. | (4 Punkte) |
| Je nach Grad der Mitarbeiterbeteiligung und Hierarchieebene hat der Mitarbeiter mehr oder weniger Einfluss auf die Zielgestaltung. Hiervon hängt auch die Akzeptanz der Ziele ab. | (2 Punkte) |
| b) <ul style="list-style-type: none">▪ spezifisch▪ messbar▪ angemessen▪ realistisch▪ terminiert | (5 Punkte) |

c) Z. B.:

- Vorbereitungszeit planen:
dient der sorgfältigen Vorbereitung auf beiden Seiten
- Informationsbeschaffung:
Kenntnis der Unternehmens- bzw. Detailziele und Rahmenbedingungen im Handlungsbereich
- Transparenz:
Vorstellung entwickeln: „welche Ziele“ und „welche Höhe“?
- Rollenklärung:
Information zu den Verantwortlichkeiten des Mitarbeiters
- Flexibilität:
keine reine Zielvorgabe; eigene Vorstellungen des Mitarbeiters
- Unterstützung:
konkrete Maßnahmen verabreden
- Gesprächsumgebung:
störungsfreies Zielvereinbarungsgespräch sicherstellen
- Protokollierung:
Besprechungsergebnisse dokumentieren und mit Unterschriften anerkennen
- Zielhierarchie:
Klarheit über Zielhierarchie verschaffen

(10 Punkte)

d) Z. B.:

- Bonifikationen
- Beförderungen
- gemeinsame Off-Sites Betrieb/Vertrieb
- Incentives
- Vereinbarung von Servicelevels
- Kundenzufriedenheitsbefragungen/-messungen
- Lob von Mitarbeitern in Teamrunden, die im Serviceverhalten herausragen
- Vorstellung von Best Practices durch Mitarbeiter in Teamrunden

(4 Punkte)

Hinweis für den Korrektor: Der Prüfungsteilnehmer muss je zwei Anreizsysteme dem Innen- bzw. dem Außendienst zugeordnet haben.

Aufgabe 2

Im Rahmen des Ausbaues der Service- und Vertriebsorientierung bei der Schadenbearbeitung steht auch die Sofortschadenbearbeitung der Vermittler im Fokus. Im regionalen Umfeld der Vermittler soll dieser „Vor-Ort-Service“ intensiver für den Bestandsausbau genutzt werden.

a) Beschreiben Sie je einen Vorteil für

- den Kunden,
- den Vermittler und
- die PROXIMUS Versicherung AG,

der mit einer Steigerung der Sofortschadenbearbeitung erreicht werden kann.

b) Der „Vor-Ort-Service“ soll noch stärker vermarktet werden.

Entwickeln Sie zwei Maßnahmen, mit deren Hilfe der Schadenservice bekannter gemacht werden kann.

c) Erläutern Sie zwei konkrete Ansätze zur Steigerung der Abschlüsse im Kompositbereich im Zuge einer Sofortschadenbearbeitung.

(9 Punkte)

(8 Punkte)

(8 Punkte)

Lösungshinweise Aufgabe 2

(RP: 5.4)

(25 Punkte)

a) ▪ Vorteile für den Kunden, z. B.:

- Schnelligkeit bei der Leistungserbringung (kurze Bearbeitungszeit)
- schlanke Bearbeitung, Besichtigung des Schadens durch den Vermittler (weniger Formulare usw.)
- Hinweise und Tipps zu bestehenden Versicherungen (Aktualisierung der Verträge, Schließen vorhandener Deckungslücken usw.)

▪ Vorteile für den Vermittler, z. B.:

- Kundenkontakt durch Initiative des Kunden (Terminwunsch als Hilferuf)
- Steigerung des Ansehens durch die Zahlungsvollmacht (Kompetenz, Außenwirkung, Alleinstellungsmerkmal usw.)
- Beratungsanlass für weitere Bedürfnisse und Versorgungssituationen (Cross-Selling-Ansätze, Empfehlungen usw.)

▪ Vorteile für die PROXIMUS Versicherung AG, z. B.:

- Imagesteigerung durch kompetente Betreuung vor Ort (Nähe zum Kunden, schneller Service, Hilfestellungen usw.)
- Kostenreduzierung durch Verhandlungsgeschick eines „Verkäufers“ (schlanke Arbeitsabläufe, weniger Verwaltung, fiktive Abrechnung usw.)
- Entlastung in der Schadenbearbeitung (mehr Zeit für komplexe Sachverhalte, weniger Rückstände usw.)

(9 Punkte)

GEPRÜFTE/-R FACHWIRT/-IN FÜR VERSICHERUNGEN UND FINANZEN

Vertriebsmanagement

IHK

b) Z. B.:

- Aufdruck, Aufkleber usw. auf Schriftstücken für den Versicherungsnehmer – Hinweis auf den „Schadenservice vor Ort“ mit Telefonnummern, E-Mail-Adresse, Bürozeiten usw.
- Schaufenster-Deko „Schnelle Hilfe im Schadenfall“ mit Bildern und Zahlen von Schadenfällen aus der Regulierungspraxis des Vermittlers
- Zeitungsanzeigen in der lokalen Presse mit Kontaktmöglichkeiten und Tipps für den Schadenfall
- regionale Plakatwerbung an zentralen Plätzen und öffentlichen Gebäuden mit Personalisierung, z. B. Angabe des Ansprechpartners und Kontaktmöglichkeiten
- Anschreibeaktionen (Brief, Mail, Postwurfsendungen) nach Schadenereignissen in der Region (Hagel, Starkregen, Sturm usw.)
- Selektion aller Kunden mit Personenversicherungsverträgen (ohne Komposit), gezielte Ansprache auf Kraftfahrt-, Sach- und Haftpflichtversicherungen inkl. Sofortschaden-Service (der „Rund-um-Service“ für Premium-Kunden)

(8 Punkte)

c) Z. B.:

- direkte Ansprache des Anspruchstellers (bisher kein Kunde) bei einem Haftpflichtschaden
- Neuordnung des vom Schadenfall betroffenen Vertrages (aktuelle Bedingungen, angepasste Summen, Bündelungen, längere Laufzeiten usw.)
- Versichern bisher nicht versicherter Risiken (Erkennen, Beraten und bei Bedarf versichern): Cross-Selling
- bedarfsgerechte Ergänzung von Fremdverträgen bis zu deren Ablauf (Nebenversicherung)
- Vereinbarung von Folgeterminen für Bestandsaufnahmen und Analysen

(8 Punkte)