

Fachrichtung Versicherung

Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten in den Wahlqualifikationseinheiten nach § 4 Absatz 2 Nummer 2 in Verbindung mit Absatz 4

Der jeweiligen Wahlqualifikationseinheiten ist eine Präambel zugeordnet, die ihren grundlegenden Sinn und Zweck erklärt.

1. Kundengewinnung und Bestandsausbau

Präambel: Die folgenden Inhalte sind auf komplexe Verkaufsaktionen zu beziehen und somit nicht auf einzelne Kundengespräche zu beschränken. Diese Aktionen haben entweder das Ziel, Neukunden zu gewinnen oder zusätzliche Verträge / Zusatzprodukte / Summenerhöhungen bei Bestandskunden zu generieren

1.1 Gewinnung von Neukunden

- a) vertriebliche Aktionen für die Kundengewinnung entwickeln
- b) Methoden der Zielgruppenanalyse auswählen und Zielgruppen analysieren
- c) Produkte auswählen, Verkaufsargumente entwickeln und einsetzen
- d) Maßnahmen zur Direktansprache auswählen und umsetzen
- e) Daten des Neukundengeschäfts aufbereiten und auswerten, Kosten und Nutzen der durchgeführten vertrieblichen Aktionen beurteilen

1.2 Ausbau bestehender Kundenbeziehungen

- a) Kundenmerkmale für die Bestandsanalyse auswählen
- b) Bestände im Hinblick auf zusätzliche Angebote analysieren
- c) Maßnahmen zur Kundenansprache anwenden
- d) Ergebnisse von Bestandsaktionen aufbereiten und auswerten, Kosten und Nutzen beurteilen

2. Marketing

Präambel: Die folgenden Inhalte umfassen alle Marketingbereiche (z. B. Produktmarketing) eines Versicherungsunternehmens – nicht einzelner Vertriebseinheiten. Diese Lernziele müssen im Zusammenhang mit einer fachrichtungsprägenden und damit versicherungsspezifischen Ausrichtung vermittelt werden.

- a) Marketingaktivitäten aus den Zielen des Unternehmens ableiten
- b) Informationen und statistische Daten beschaffen, aufbereiten und präsentieren
- c) Versicherungsmärkte analysieren
- d) Zusammenhang zwischen Kundengruppen und Produktgestaltung berücksichtigen, Zielgruppen festlegen
- e) Marketinginstrumente auswählen und einsetzen, Vorschläge für die Vermarktung von Produkten entwickeln und präsentieren
- f) wettbewerbsrechtliche Regelungen berücksichtigen
- g) Informationen für Kunden aufbereiten
- h) Ergebnisse von Marketingmaßnahmen beurteilen

3. Steuerung und Verkaufsförderung in der Vertriebseinheit

Präambel: Die folgenden Inhalte beziehen sich auf einzelne Vertriebseinheiten, in denen Versicherungsvermittler tätig sind (z. B. Agenturen, Maklerbüros) – nicht auf Versicherungsunternehmen und deren regionale Verwaltungs-Niederlassungen.

3.1 Steuerung in der Vertriebseinheit

- a) Arbeitsprozesse in der Vertriebseinheit identifizieren und Maßnahmen ableiten
- b) quantitative und qualitative Geschäftsziele erläutern
- c) Vertriebssteuerungsinstrumente, insbesondere Provisionsvorgaben und Geschäftspläne, für die Zielplanung berücksichtigen
- d) Maßnahmenpläne zur Erreichung der Geschäftsziele entwickeln
- e) Kennzahlen ermitteln und zur Beurteilung des wirtschaftlichen Erfolges auswerten

3.2 Verkaufsförderung in der Vertriebseinheit

- a) Instrumente zur Verkaufsförderung entwickeln und umsetzen
- b) Kosten und Nutzen von Verkaufsförderungsmaßnahmen ermitteln und ihre Wirksamkeit beurteilen

Fachrichtung Versicherung

Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten in den Wahlqualifikationseinheiten nach § 4 Absatz 2 Nummer 2 in Verbindung mit Absatz 4

Der jeweiligen Wahlqualifikationseinheiten ist eine Präambel zugeordnet, die ihren grundlegenden Sinn und Zweck erklärt.

4. Risikomanagement

Präambel: Die folgenden Inhalte beziehen sich auf einen oder mehrere komplexe Vorgänge zur Risikoanalyse und Antragsannahme. Das Risikomanagement kann sowohl im Versicherungsunternehmen als auch in der Vertriebseinheit erfolgen – allerdings muss ein eigener Einfluss auf die Risikoanalyse und / oder Antragsannahme erkennbar sein.

4.1 Risikoanalyse

- a) versicherbare Risiken, versicherbare Risiken mit Erschwerissen und nicht versicherbare Risiken gemäß den Annahmerichtlinien feststellen
- b) zusätzliche Informationen zum Antrag einholen und bewerten
- c) Konditionen für versicherbare Risiken mit Erschwerissen unter Berücksichtigung betrieblicher Regelungen festlegen

4.2 Antragsannahme

- a) Beiträge ermitteln
- b) Risikobegrenzungen und -ausschlüsse erklären
- c) Kunden Alternativen zum Antrag anbieten
- d) über Anträge entscheiden
- e) Ablehnung von Anträgen begründen

5. Vertrieb von Produkten der betrieblichen Altersvorsorge

Präambel: Die folgenden Inhalte umfassen den Verkaufsprozess zu Produkten der betrieblichen Altersversorgung. Dabei müssen sowohl die Arbeitgeber- als auch die Arbeitnehmerseite betrachtet werden. Aufgrund der Komplexität des Themas reicht die Betrachtung einer einzelnen Kundenbeziehung auf Arbeitgeber- und Arbeitnehmerseite aus.

5.1 Kundenberatung von Arbeitgebern und Arbeitnehmern

- a) Analyse der Unterstützungsleistungen durchführen
- b) Versorgungsziele feststellen
- c) Versorgungslücken ermitteln
- d) Kunden über Durchführungswege beraten
- e) rechtliche Vorschriften berücksichtigen

5.2 Angebot und Antrag

- a) Angebote entwickeln und erläutern
- b) Beiträge ermitteln
- c) Antragsdaten aufnehmen
- d) über den Prozess der Antragsbearbeitung informieren

6. Vertrieb von Versicherungsprodukten für Gewerbekunden.

Präambel: Die folgenden Inhalte umfassen den Verkaufsprozess bei Gewerbe- oder Industriekunden in Bezug auf deren spezifische gewerbliche bzw. industrielle Risiken. Aufgrund der Komplexität des Themas reicht die Betrachtung einer einzelnen Kundenbeziehung aus – eine Vertriebsaktion bei mehreren Kunden ist nicht notwendig.

6.1 Kundenberatung

- a) Risikosituationen analysieren und dokumentieren
- b) Versicherungsbedarf ermitteln
- c) bedarfsgerechte Absicherungen begründen

6.2 Angebot und Antrag

- a) kundengerechte Angebote entwickeln und erläutern
- b) Beiträge ermitteln
- b) Antragsdaten aufnehmen
- c) über den Prozess der Antragsbearbeitung informieren

Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten in den Wahlqualifikationseinheiten nach § 4 Absatz 2 Nummer 2 in Verbindung mit Absatz 4

Der jeweiligen Wahlqualifikationseinheiten ist eine Präambel zugeordnet, die ihren grundlegenden Sinn und Zweck erklärt.

7. Optimierung von Kundenbeziehungen und Versicherungsbeständen

Präambel: Bei folgenden Inhalte steht (im Gegensatz zur WQE „Kunden-gewinnung und Bestandsausbau“) nicht die Generierung neuer Kunden bzw. zusätzlicher Verträge / Zusatzprodukte / Summen-erhöhungen im Vordergrund. Vielmehr sollten Anlässe identifiziert werden, die einzelne Kundenbeziehungen bzw. einzelne Verträge (siehe 7.1) oder Bestände von Versicherungsunternehmen oder Vertriebseinheiten (siehe 7.2) betreffen und Optimierungsmöglichkeiten hervorrufen.

7.1 Optimierung von Kundenbeziehungen

- a) Anlässe zur Überprüfung von Versicherungsverträgen identifizieren und Handlungsbedarf ableiten
- b) Kundenbeziehungen auf Möglichkeiten der Optimierung überprüfen
- c) Maßnahmen vorschlagen und umsetzen
- d) Erfolg der Maßnahmen überprüfen und bewerten

7.2 Optimierung von Versicherungsbeständen

- a) Bestände anlassbezogen überprüfen, analysieren und Ergebnisse bewerten
- b) Kriterien für den Erfolg von Maßnahmen entwickeln, Maßnahmen vorschlagen und Entscheidungen vorbereiten
- b) Maßnahmen zur Optimierung der Bestände umsetzen
- c) Erfolg der Maßnahmen überprüfen und bewerten

8. Schadenservice und Leistungsmanagement

Präambel: Die folgenden Inhalte gehen über die routinemäßige Abwicklung von Schaden- und Leistungsfällen hinaus. Ausgangspunkt dafür können sowohl die Versicherungsunternehmen als auch einzelne Vertriebseinheiten sein.

- a) Service für Schaden- und Leistungsfälle organisieren
- b) Kunden bei komplexen Schaden- und Leistungsfällen betreuen
- c) Maßnahmen zur Schadenverhütung und Schadenminimierung auswählen und den Kunden vorschlagen
- d) Kostenbeteiligung Dritter und des Versicherungsnehmers aufgrund rechtlicher Vorschriften prüfen und einfordern
- e) den Nutzen von Schadenservice und Leistungsmanagement für das Unternehmen analysieren und Maßnahmen vorschlagen
- f) bei der Weiterentwicklung des Schadenservice und Leistungsmanagement mitwirken