

Klarsicht für die Versicherungsbranche

wetreu fordert innovative Unternehmen zur Teilnahme an Vermittler-Studie auf. Mit der Objektiven Hermeneutik werden Verhaltensweisen, Motivationen und Hemmnisse direkt in der Arbeitspraxis ermittelt und Profile für die Vermittler erstellt. Mit Handlungsempfehlungen und konkreten Umsetzungskonzepten wird direkter Transfer in die Vertriebsführung erreicht.

Vermittler haben entscheidenden Anteil am Erfolg eines jeden Versicherungs-unternehmens. Die wetreu Unternehmensberatung aus Kiel wird daher diese Zielgruppe im Rahmen eines Gemeinschaftsprojektes genau unter die Lupe nehmen. Projektleiter Matthias Bäcker: „Bis heute gibt es keine Untersuchung, die belastbare Profile für die Vermittler der Versicherungsbranche geliefert hat. Diese Bedarfslücke wird die Studie Klarsicht 2009 schließen.“

Profile sind für Matthias Bäcker von zentraler Bedeutung. Sie schaffen die Basis für eine gezielte Optimierung und nachhaltige Steigerung im Versicherungsvertrieb. Bäcker: „Profile liefern objektive Erkenntnisgewinne über die tatsächlichen Hemmnis- und Motivationsfaktoren. In der Kriminalistik hat sich das Arbeiten mit Profilen genauso bewährt wie jüngst beim Fußball - siehe Erfolgsgeschichte VfL Wolfsburg.“

Die Untersuchung legt den Finger auf den wunden Punkt: Ohne Umschweife fokussiert sie die realen Schwachstellen im Verkaufsprozess. Die Ergebnisse der Studie werden die teilnehmenden Versicherungsunternehmen möglicherweise überraschen, weil sie echte Hürden im Verhalten der Vermittler aufzeigen wird. Diese zu überwinden, wird viel Erneuerungsbereitschaft voraussetzen. Den Teilnehmern wird darum auch Offenheit und grundlegende Innovationsbereitschaft abverlangt.

Bei Klarsicht geht es nicht um das einfache Auswerten von Fragebögen, bei denen der Verfasser durch die Fragestellung das Ergebnis indirekt bzw. ungewollt beeinflusst, sondern um eine klare Analyse des tatsächlichen Verhaltens der Vermittler. Und dies mithilfe einer in der Versicherungsbranche bisher wenig genutzten, aber in anderen Branchen erfolgreich erprobten Methode: Der Objektiven Hermeneutik. Bäcker: „Mit dieser Methode können die Einstellungen und Werthaltungen von Verkäufern aufgedeckt und Veränderungsansätze entwickelt werden.“

Anders als andere Studien endet Klarsicht nicht bei der Analyse, sondern bietet darüber hinaus Handlungsempfehlungen und konkrete Umsetzungskonzepte zur direkten Arbeit mit Profilen in der Praxis der teilnehmenden Versicherungsunternehmen. Das für insgesamt zehn Monate angelegte Projekt bietet jedem der teilnehmenden Versicherungsunternehmen Einblick in das Verhalten des gebundenen Vertriebs, der Makler und ggf. des angestellten Außendienstes, ermittelt die zentralen Erfolgsfaktoren der Arbeit mit Vermittlern, deren Gewinnung und Bindung und hilft jedem Unternehmen, seinen Vertrieb auf diese Erfolgsfaktoren einzustimmen.

wetreu Unternehmensberatung hat in der ersten Juniwoche ausgewählte Versicherungsunternehmen direkt kontaktiert. Dabei handelt es sich vorrangig um Häuser, die für ihre Innovationsbereitschaft bekannt sind bzw. sich durch innovative Projekte profiliert haben. Schon jetzt zeichnet sich ein großes Interesse ab.

Mit den Ergebnissen der Studie ist voraussichtlich im Mai 2010 zu rechnen.

Zu weiteren Informationen kontaktieren Sie bitte:
wetreu Unternehmensberatung
Matthias Bäcker
M.Baecker@wetreu.de,
Tel.: : 0431 8008-204

