

# **KUBUS**MAKLER

## **Analytisches Vertriebspartner-Management mit KUBUS Makler**

**Prozessanforderungen  
erfüllen, Potenziale heben, richtig priorisieren**

Dr. Stephan Groll, Senior-Consultant  
Michael Kullmann, Partner

AMC  
Köln, 30. September 2014

 **MSR** Consulting

# Agenda

Die Herausforderungen im Maklermarkt

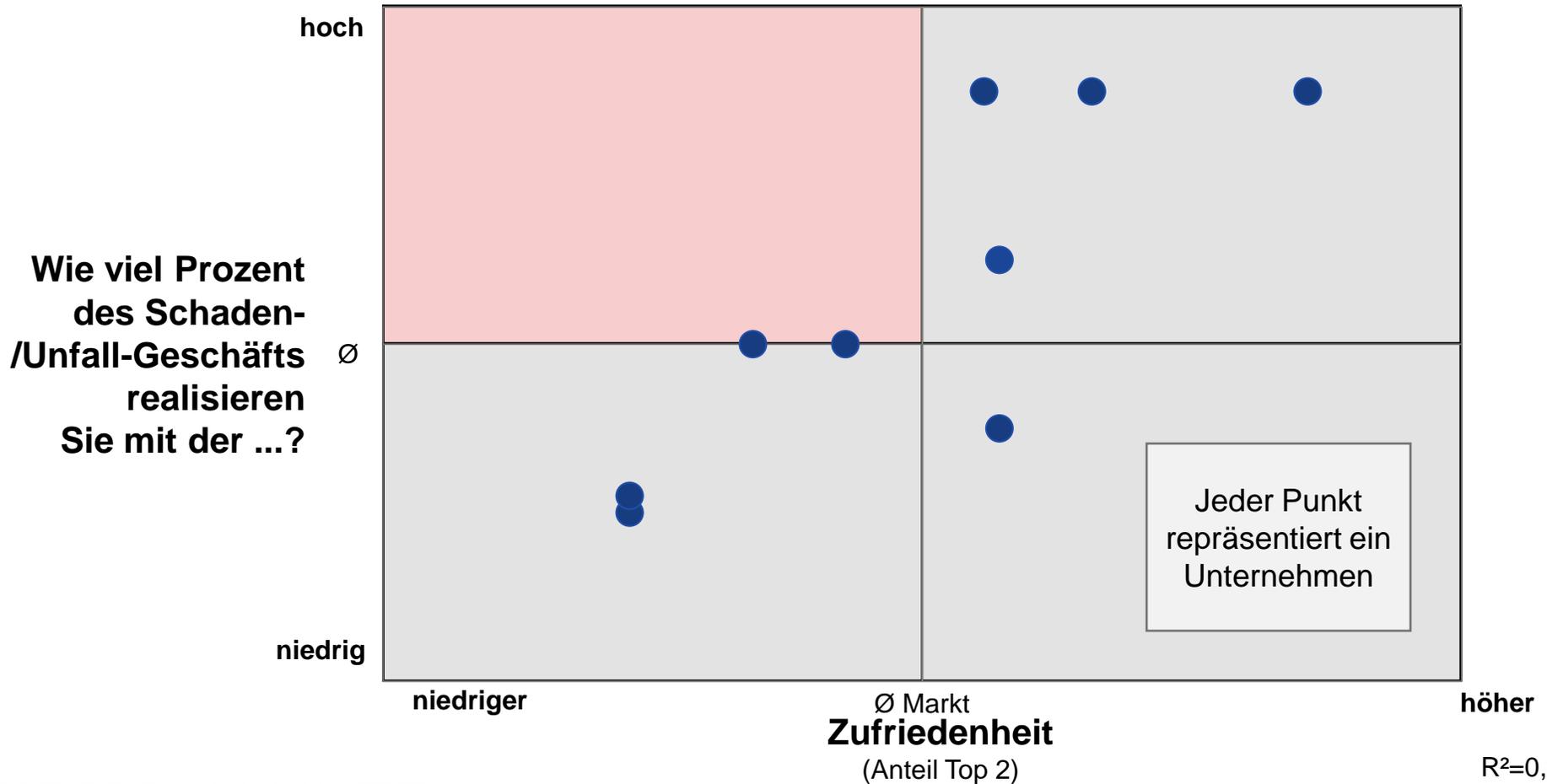
Die Bedürfnisse der Makler verstehen

Makler-Management mit KUBUS Makler

# Die Maklerzufriedenheit treibt die Intensität der Geschäftsbeziehung



Modul Schaden/Unfall  
Gesamtmarkt  
n=1.605



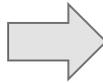
# Überzeugte Makler holen mehr Angebote ein und diese führen auch häufiger zu Anträgen



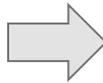
Modul Schaden/Unfall  
Gesamtmarkt  
n=1.605

## Gesamtzufriedenheit mit ...

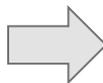
vollkommen / sehr zufrieden



zufrieden



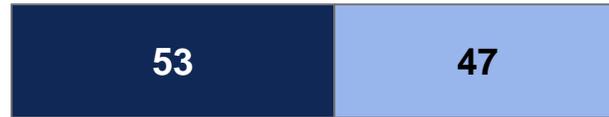
weniger zufrieden / unzufrieden



## Anzahl der Angebote im Monat

bis zu 5

mehr als 5



## Conversion Rate: Wie viele Angebote führen zu Anträgen?

0% bis 25%

26% bis 50%

51% bis 100%



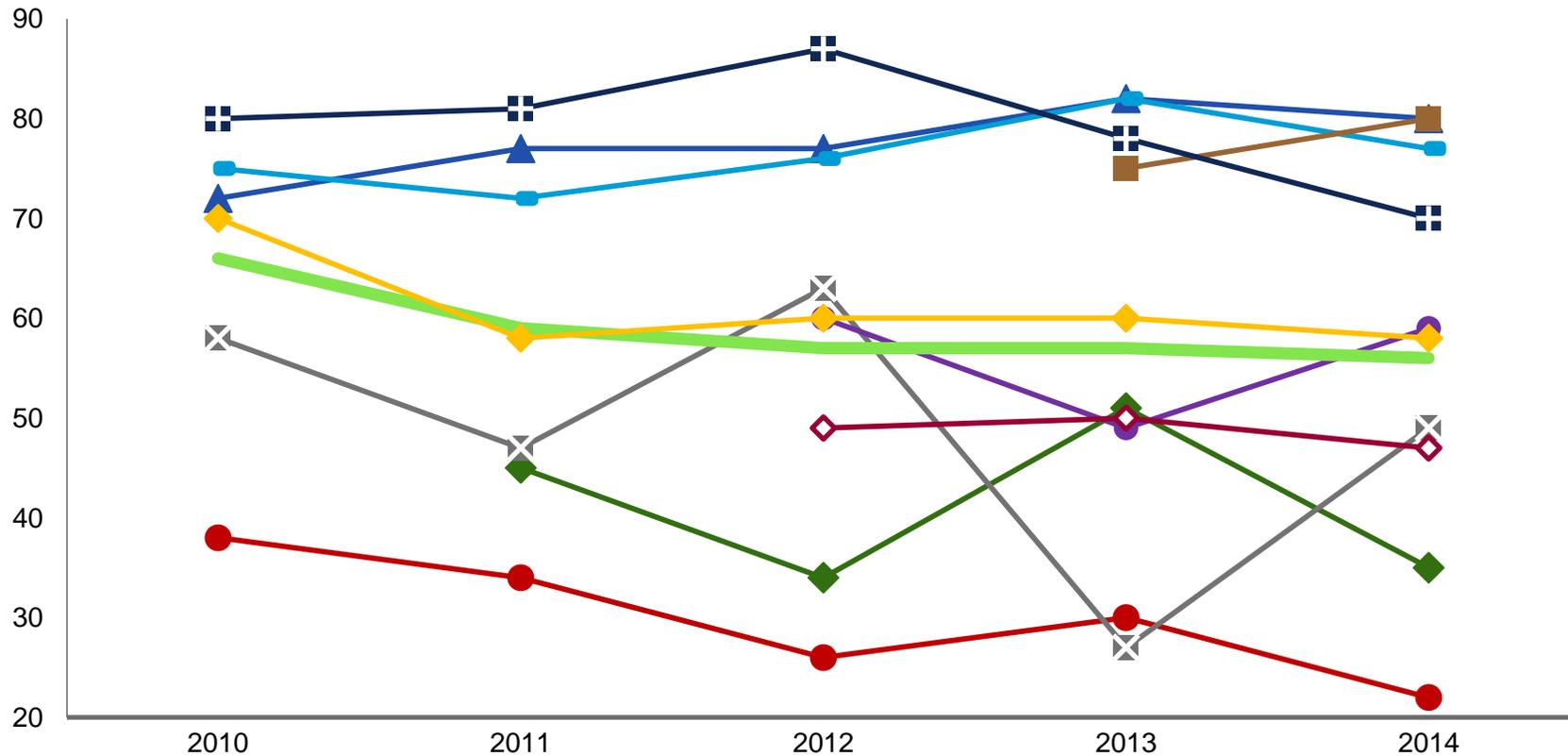
Angaben in Prozent

# Beispiel LV: Die Zufriedenheit im Markt sinkt kontinuierlich



## Entwicklung Gesamtzufriedenheit (Anteil „vollkommen / sehr zufrieden“)

Modul LV  
Gesamtmarkt  
n=1.178

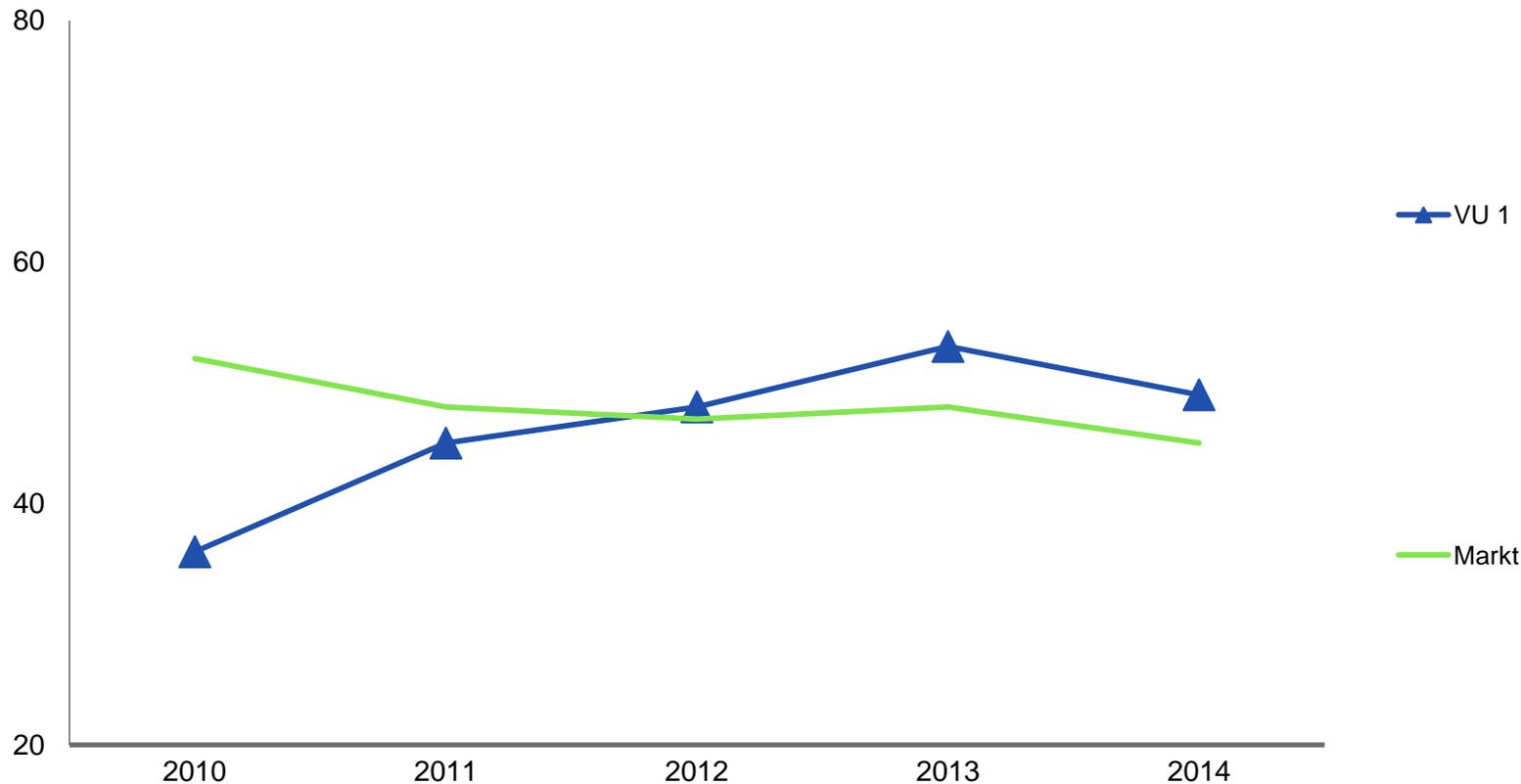


Angaben in Prozent

# Aber: Im Maklermarkt ist es möglich, die Marktposition innerhalb weniger Jahre drastisch zu verbessern

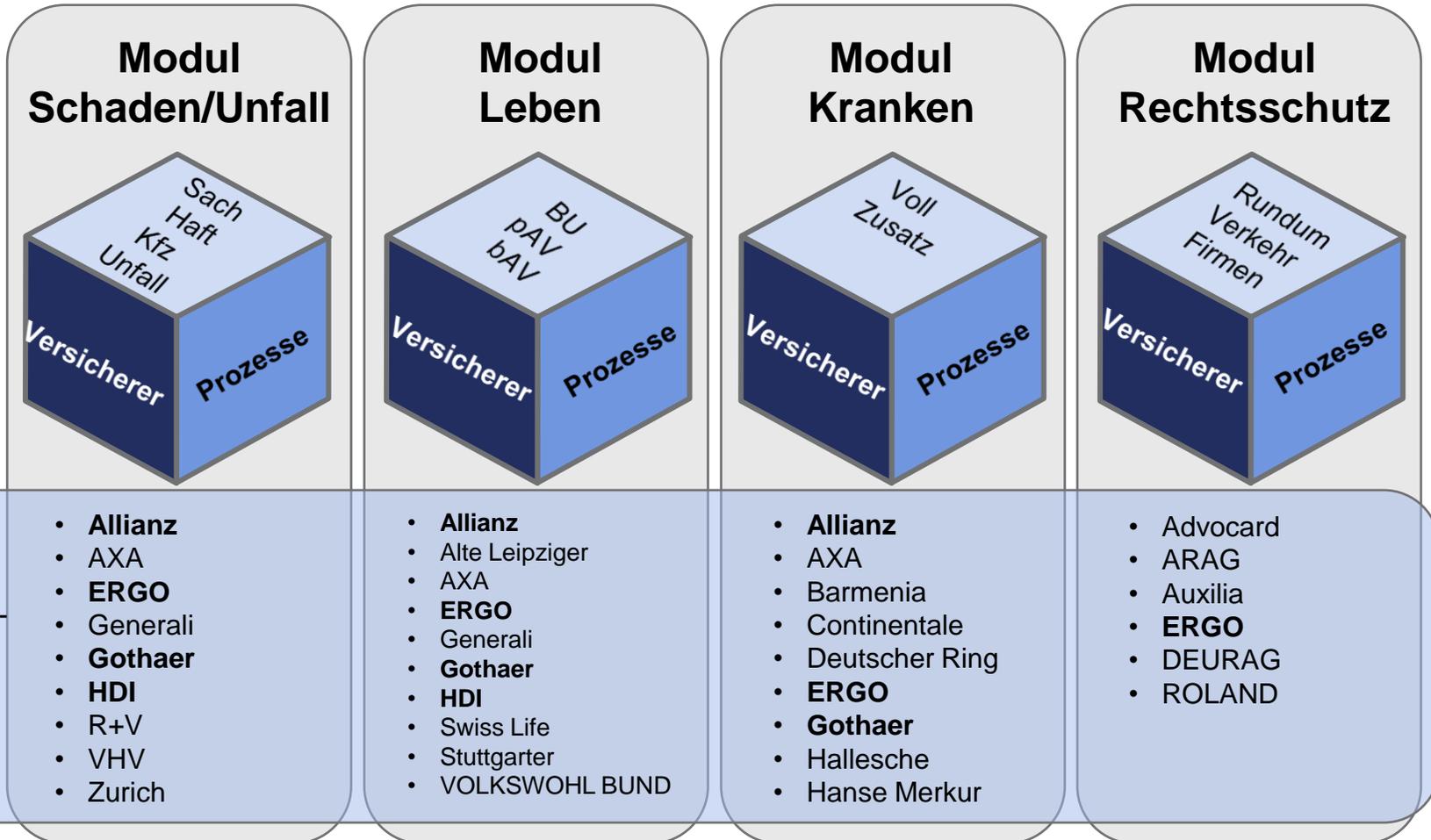


Modul Schaden/Unfall  
Gesamtmarkt  
n=1.572

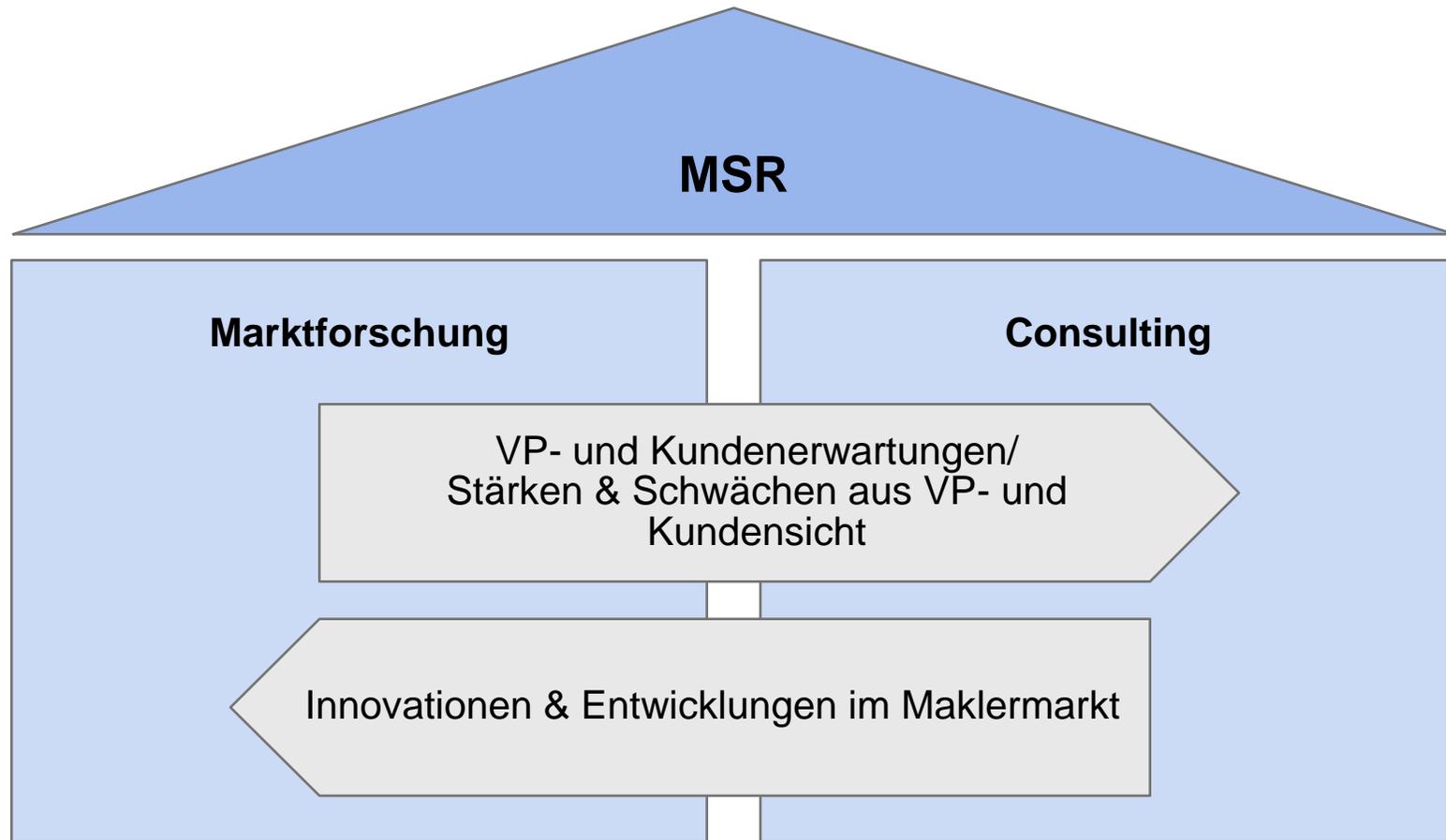


# KUBUS Makler wird in vier Modulen durchgeführt

## Abgebildete VU KUBUS Makler 2014



# Unser Spezifikum: Handlungsorientierte Analytik durch tiefes Branchenverständnis



# Wir sind Spezialisten für das Management von Kundenbeziehungen, Vertrieb und Service

		Marktforschung	Consulting
Kundenbeziehungen	„Die richtigen Kunden finden, binden und entwickeln“	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kundenzufriedenheit/ Servicecontrolling</li> <li>• Marken- &amp; Imageforschung</li> <li>• Produkt- und Preisgestaltung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wachstumsstrategien</li> <li>• Kundenbeziehungs-/ Kundenwertmanagement</li> </ul>
Vertrieb	„Vertriebschancen systematisch nutzen“	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vertriebspartner- &amp; Mitarbeiterzufriedenheit</li> <li>• Markt- &amp; Wettbewerbsanalysen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vertriebsmanagement</li> <li>• Vertriebsorganisation, -steuerung und -vergütung</li> <li>• Organisation und Prozesse</li> </ul>
Service	„Den besten Service bieten und Ertragspotenziale erschließen“	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vertriebs- und Prozessbenchmarking (KUBUS)</li> <li>• Mystery Shopping/ Mystery Calls</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterstützung von Veränderungsprozessen</li> <li>• Umsetzungscoaching</li> </ul>

# MSR ist führend in der Analyse der Kundenmanagement- und Vertriebsperformance deutscher Versicherer

## Marktforschung

### KUBUS Versicherungen

- Telefonische Befragung von 5.000 Versicherungskunden p.a.
- Offene Benchmarks der TOP 25 Versicherer zu Kundenstruktur, Zufriedenheit und Bindung, Betreuung, etc.
- Berichtsbände Versicherungen, Direktversicherung, PKV, Rechtsschutz, Bausparen, Vertriebsgesellschaften, GKV

### KUBUS Makler

- Telefonische Befragung von 2.000 Maklern p.a. im Auftrag führender Versicherer

### Diverse AO-Befragungen

## Managementberatung

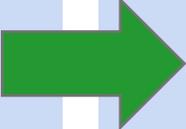
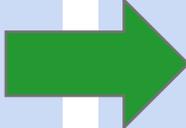
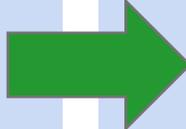
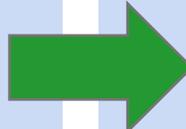
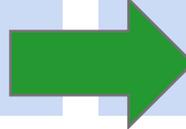
### Geschäftsberichts - Benchmarking

- Analyse Performance TOP 30 Komposit-Gesellschaften
- Gesamtwerte, Spartenwerte, Zeitreihen

### PROVE AO / PROVE Makler

- Jährliche Tiefenanalysen zur Vertriebsperformance führender Versicherer
- Produktion, Produktivität, Bestandsentwicklung, Vertriebsorganisation, Kosten

# Vorteile von KUBUS Makler

Häufige Probleme anderer Maklerinstrumente	Lösung
<p>1. <b>Geringe Repräsentativität:</b> Es ist unklar, wer genau antwortet; häufig sind kleine Makler überrepräsentiert</p>	 <p>Schwerpunkt bei den werthaltigen Verbindungen; Differenzierung nach Maklersegmenten; telefonische Durchkontaktierung zum selektierten Makler</p>
<p>2. <b>Geringe Aussagefähigkeit Benchmarking:</b> Teilweise sehr geringe Fallzahl, z.B. Einzelbeurteilung eines VU ab 10 befragten Maklern; Benchmarks teilweise nicht aktuell; keine Differenzierung nach Geschäftsschwerpunkten (Gewerbe vs. Privat)</p>	 <p>Über 9.000 aktuelle Bewertungen zur Abbildung der wichtigsten Versicherer mit einer Mindestfallzahl von 50 Interviews pro Sparte und Versicherer - insgesamt über 150 Benchmarkfragen; in Schaden/Unfall für alle Benchmarks Differenzierung nach Gewerbe und Privat mit ausreichend hohen Fallzahlen problemlos möglich (größte Maklerzufriedenheits-Datenbank Deutschlands)</p>
<p>3. <b>Geringe Maßnahmenrelevanz:</b> Eher plakative Ergebnisdarstellung/Rankings; Ableitung von Maßnahmen für einzelne VU kaum möglich</p>	 <p>Maßnahmenorientierte Ergebnisdarstellung basierend auf Umsetzungserfahrungen – Ableitung von Erwartungen der einzelnen Maklersegmente, Priorisierung und Benchmarking bis auf Ebene von Service-Levels</p>
<p>4. <b>Marktabdeckung:</b> Fokussierung auf die Maklerspezialisten</p>	 <p>Berücksichtigung der Wettbewerber mit den relevanten Marktanteilen</p>
<p>5. <b>Geringe Aussagekraft der Analysen</b></p>	 <p>Auswertung erfolgt im Hinblick auf die Bedürfnisse der Teilnehmer - durch Mitarbeiter mit langjähriger Erfahrung</p>

# Agenda

Die Herausforderungen im Maklermarkt

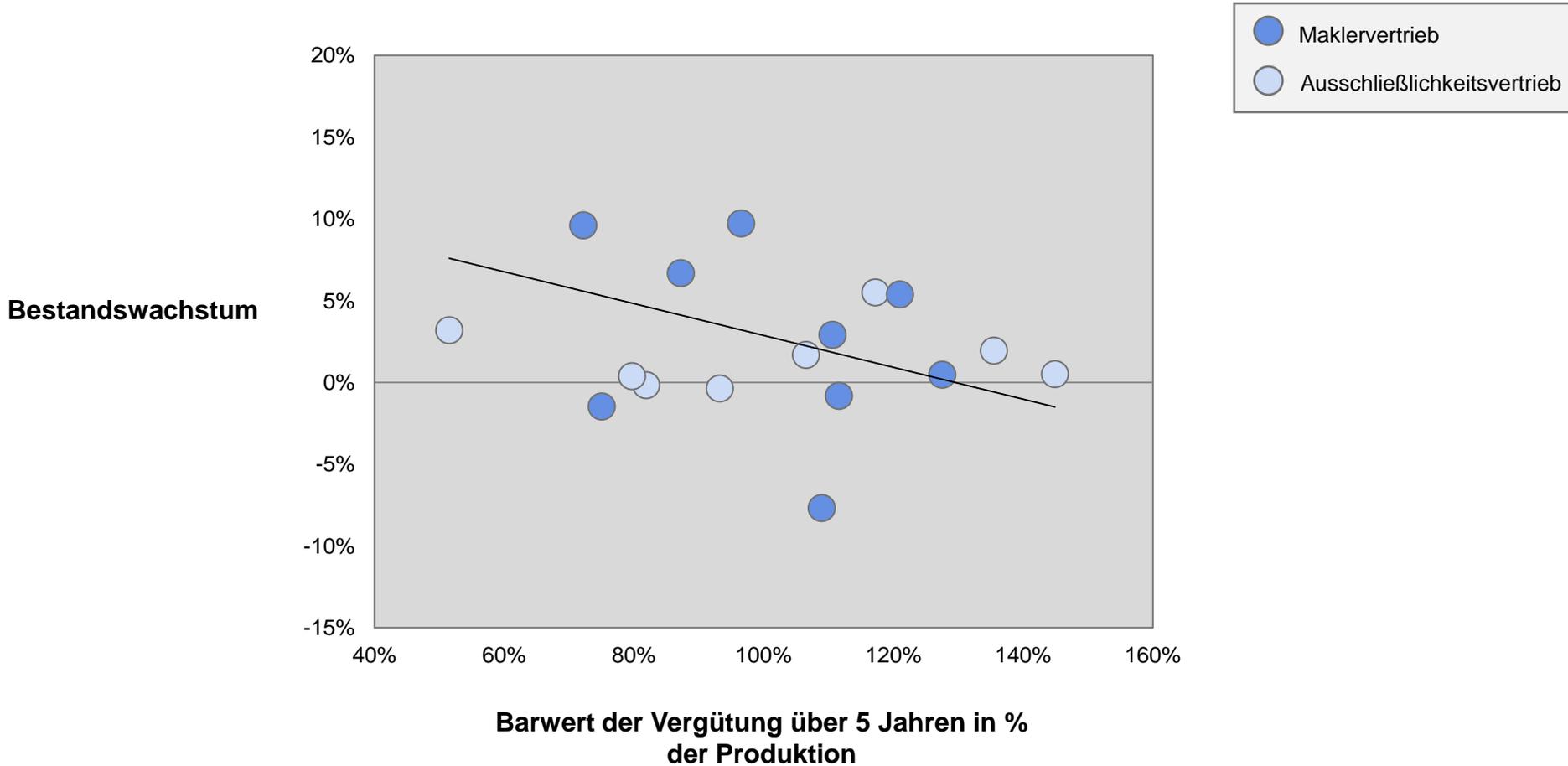
Die Bedürfnisse der Makler verstehen

Makler-Management mit KUBUS Makler

# Wachstum kann man nicht kaufen

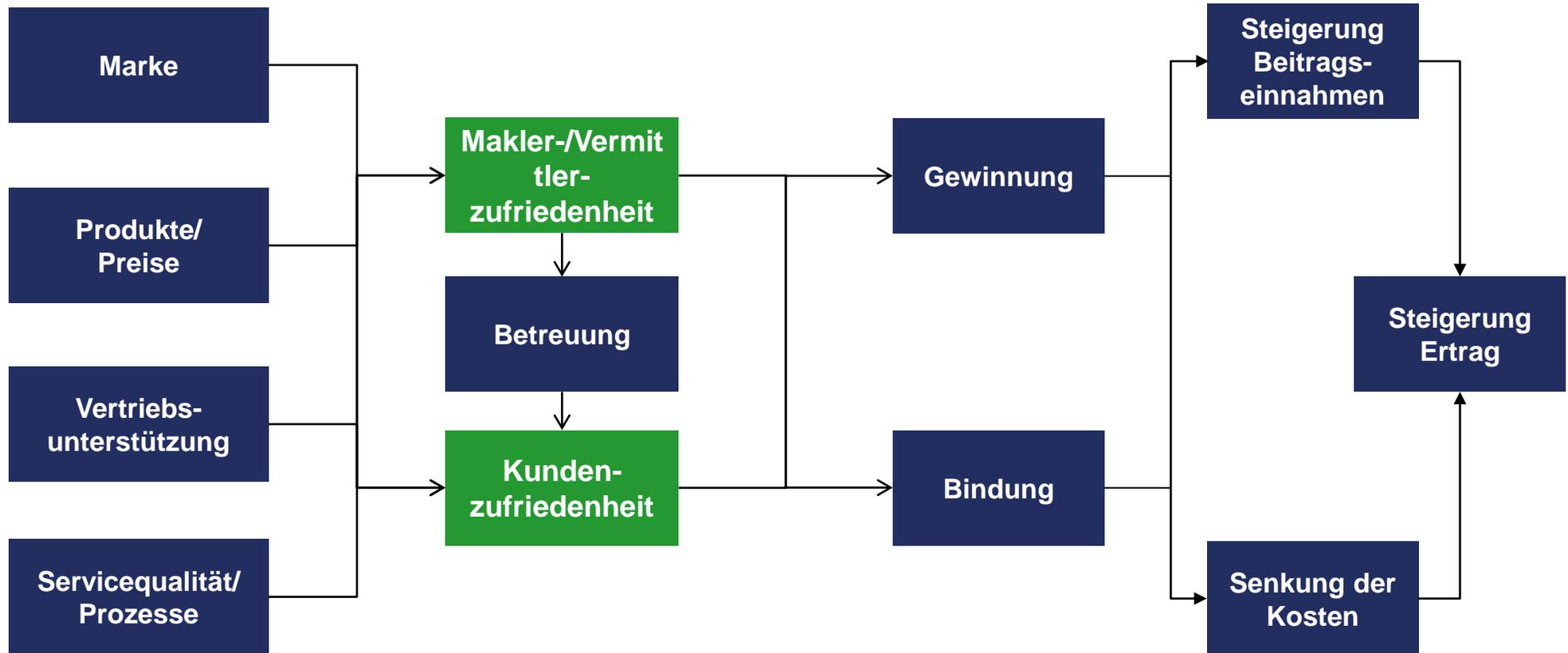
## Analyse Vergütung und Wachstum SHURS

MSR PROVE AO & Makler



# Maklerzufriedenheit hat viele Ursachen und Wirkungen

## Treiber- und Wirkungsmodell Vermittler-/ Kundenzufriedenheit

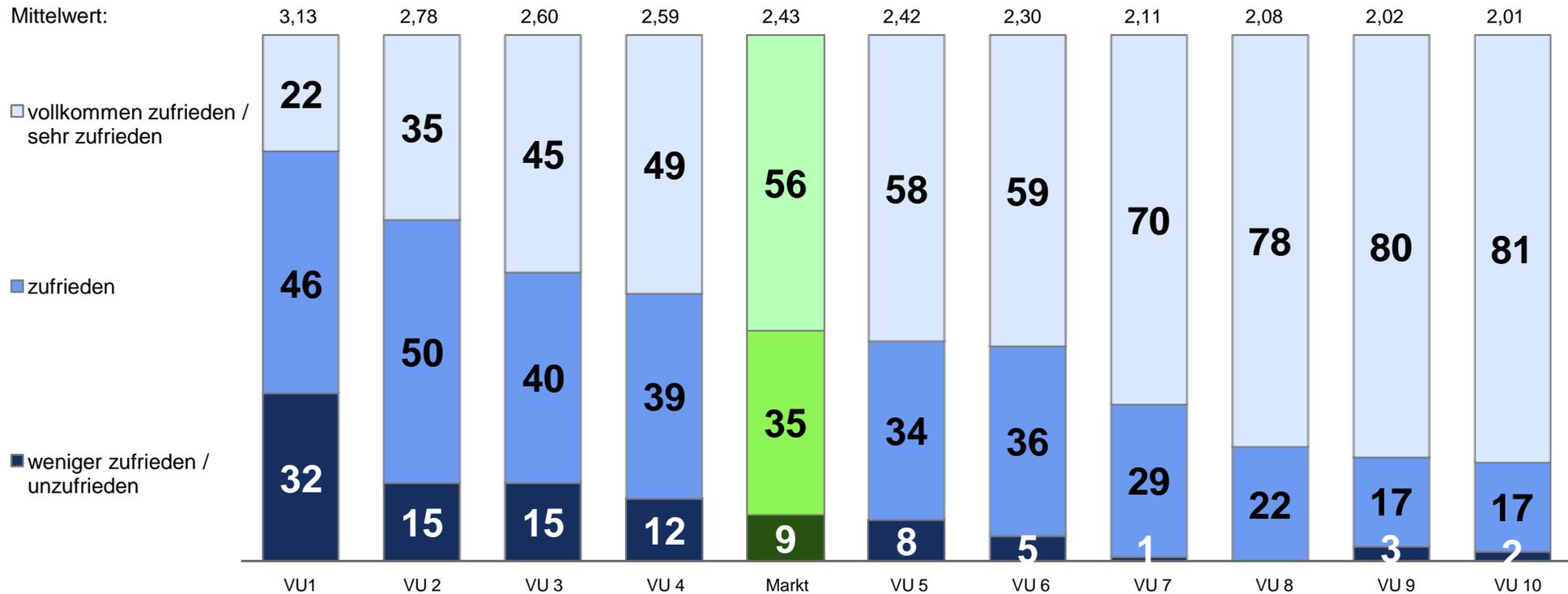


# Im Maklermarkt gibt es massive Zufriedenheitsunterschiede



## Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit der ... in der Sparte Leben?

Modul LV  
Gesamtmarkt  
n=1.178



Top-2 2013

Top-2 2012

# Beispiel LV: Produkte und Maklerbetreuung werden von Promotoren am häufigsten als Gründe für Bewertung genannt



Offene Nennungen der Makler: Schriftgröße entspricht Häufigkeit der Nennung

Modul LV  
Gesamtmarkt  
n=1.165

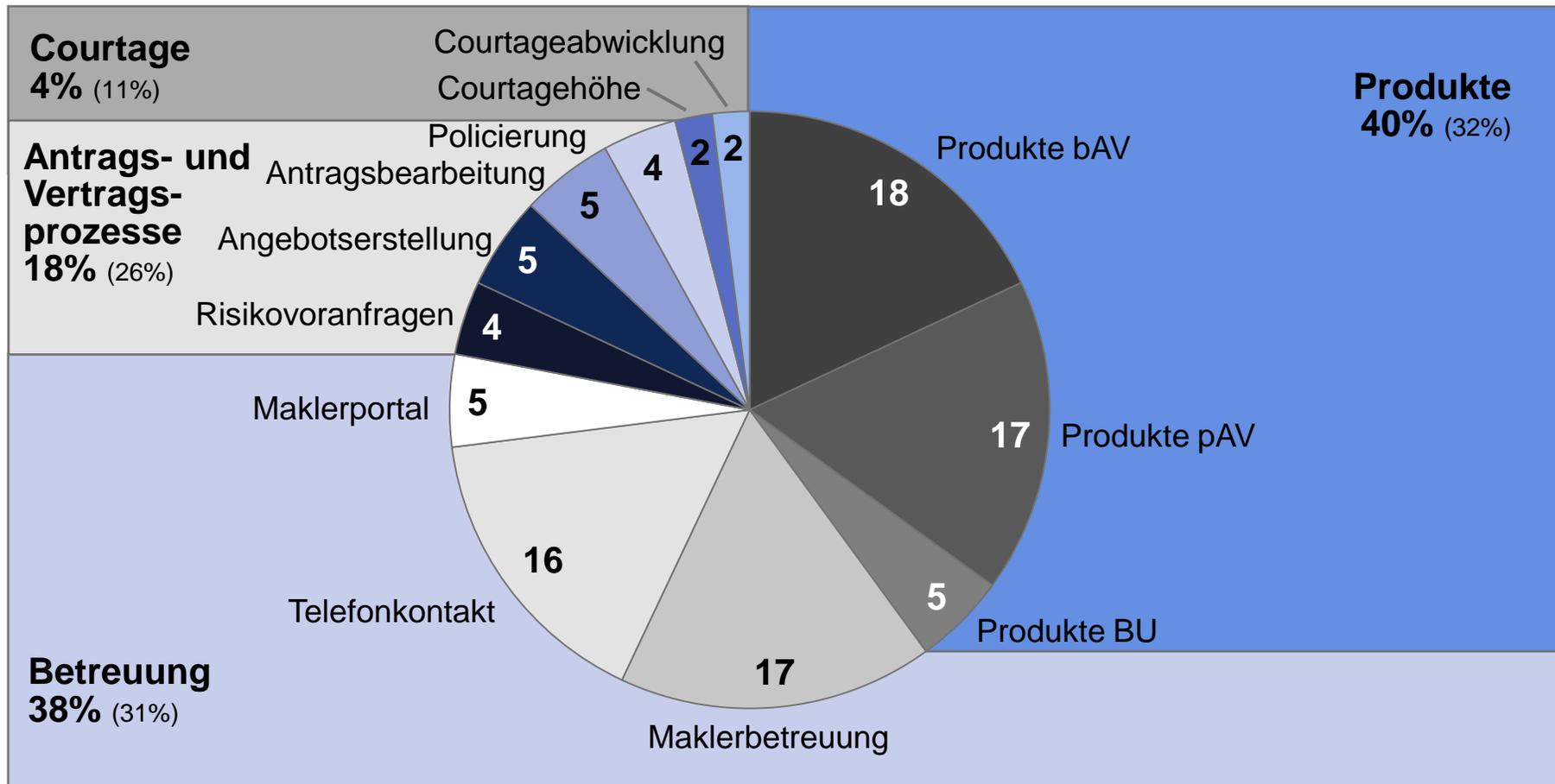


# Produkte und Maklerbetreuung sind in Leben die wichtigsten Treiber der Maklerzufriedenheit - beide werden wichtiger



**Bedeutungsgewichte auf die Gesamtzufriedenheit**  
(Methode: Regression, missing=meansub)

Modul LV  
Gesamtmarkt  
n=1.182



R<sup>2</sup>=0,44

# Im Privatkundengeschäft sind Betreuungsthemen wichtiger, im Firmenkundengeschäft die Antrags- und Vertragsprozesse



## Überblick Bedeutungsgewichte auf die Gesamtzufriedenheit (Methode: Regression, missing=meansub)

Modul LV  
Gesamtmarkt  
n=1.182

		Gesamtmarkt	Privat	Firmen
<b>Produkte</b>	Produkte bAV	18	0	31
	Produkte pAV	17	23	0
	Produkte BU	5	8	0
	<b>Summe</b>	<b>40</b>	<b>31</b>	<b>31</b>
<b>Betreuung</b>	Maklerbetreuung	17	21	15
	Telefonkontakt	16	18	14
	Maklerportal	5	8	0
	<b>Summe</b>	<b>38</b>	<b>47</b>	<b>29</b>
<b>Antrags- und Vertragsprozesse</b>	Risikovorfragen	4	5	4
	Angebotserstellung	5	4	10
	Antragsbearbeitung	5	5	9
	Policierung	4	4	8
	<b>Summe</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>31</b>
<b>Courtage</b>	Courtagehöhe	2	2	3
	Courtageabwicklung	2	2	6
	<b>Summe</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>9</b>
<b>R<sup>2</sup></b>		<b>0,44</b>	<b>0,42</b>	<b>0,48</b>

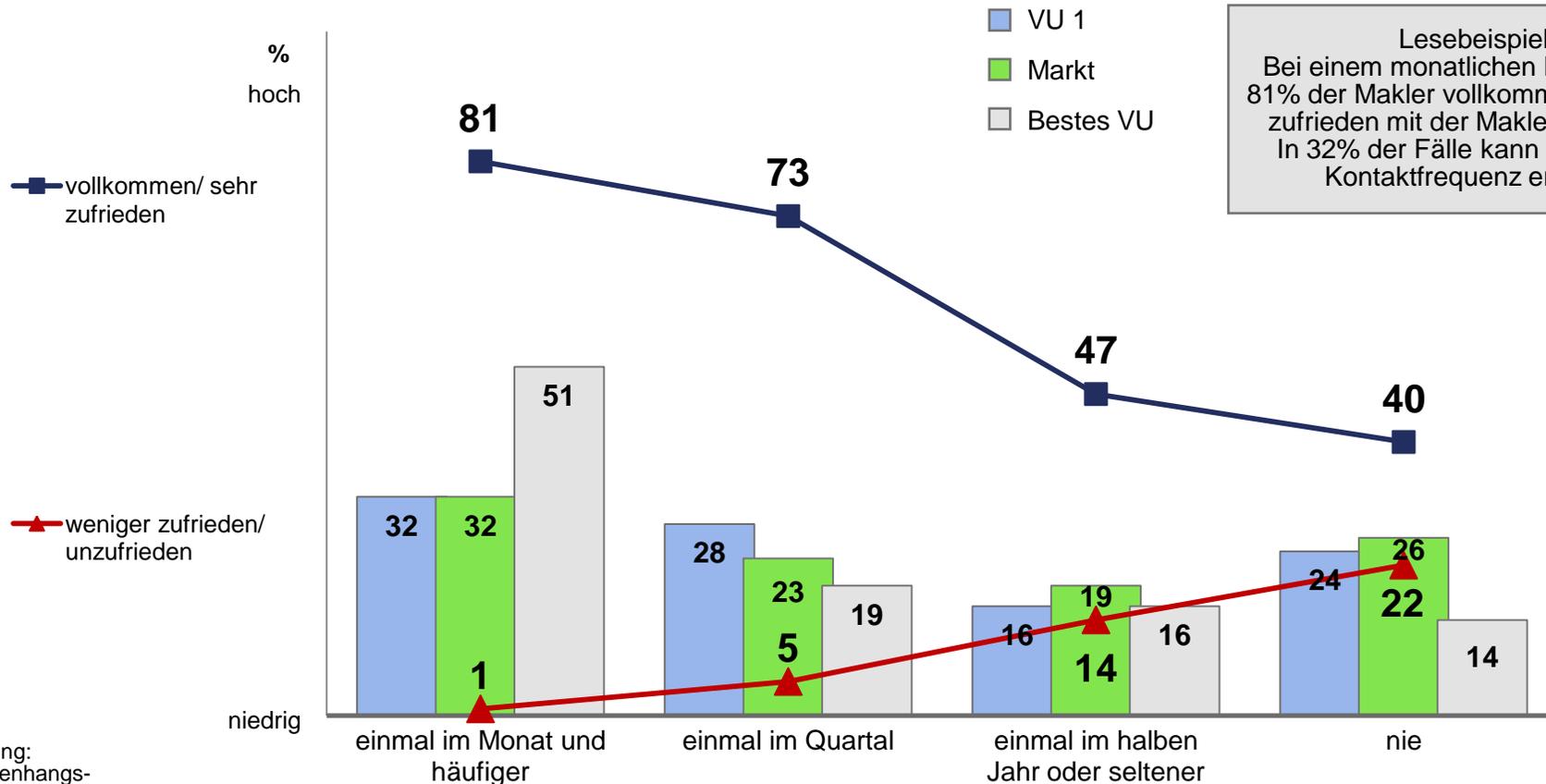
# Mindestanforderung: Ein aktiver Kontakt im Quartal - Begeisterung entsteht bei monatlichem Kontakt



## Zufriedenheit mit der Maklerbetreuung

Modul KV  
Gesamtmarkt  
n=736

**Lesebeispiel:**  
Bei einem monatlichen Kontakt sind 81% der Makler vollkommen oder sehr zufrieden mit der Maklerbetreuung. In 32% der Fälle kann VU 1 diese Kontaktfrequenz erzielen.



Anmerkung:  
Zusammenhangs-  
analyse Zufriedenheit  
ist bezogen auf den  
Gesamtmarkt

### Kontaktfrequenz initiiert durch Maklerbetreuer

# Detaillierte Bewertungen bis zur Faktenebene sind Grundlagen einer erfolgreichen Prozesssteuerung



## Kernindikatoren Antragsbearbeitung

Modul LV  
Gesamtmarkt  
n=1.182

<b>Häufigkeit Fehler</b> ("deutlich seltener/seltener als bei anderen VU")	48	33	50	50	45	43	48	50	66	48	51
<b>Dauer Antragsbearbeitung</b> ("bis zu einer Woche")	56	41	46	56	50	50	61	56	65	69	68
<b>Häufigkeit Rückfragen</b> ("deutlich seltener/seltener als bei anderen VU")	35	29	38	39	33	35	29	40	37	42	41
<b>Ablehnung nachvollziehbar begründet</b> ("trifft voll und ganz zu")	20	21	26	22	17	19	21	18	16	30	20
<b>Unkomplizierte Annahmepolitik</b> ("trifft voll und ganz zu")	17	10	29	9	13	14	17	17	16	23	21
<b>Schnelligkeit Risikoprüfung</b> ("bis zu einer Woche")	58	41	53	57	53	62	56	59	65	58	68

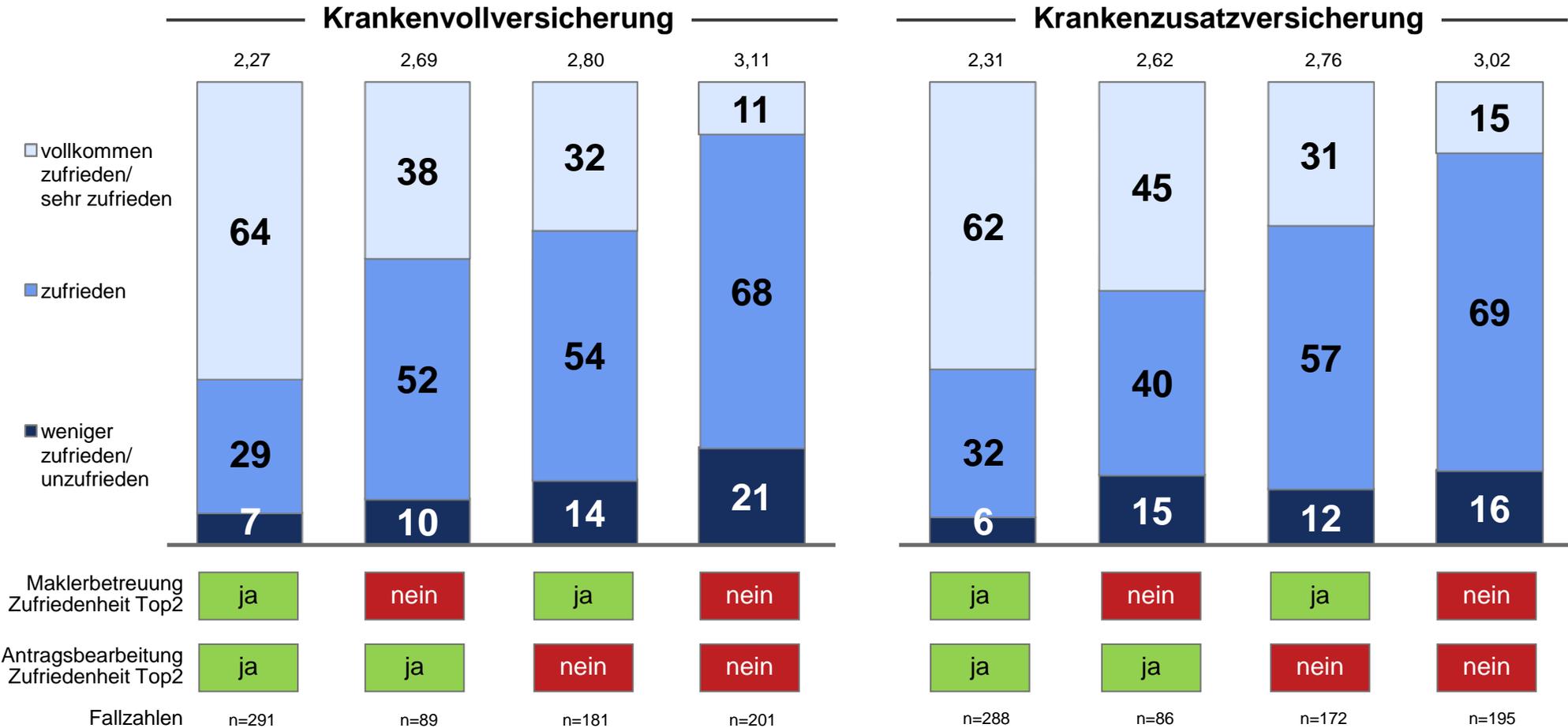
■ schlechtester Wert der Zeile    
 ■ mittlerer Wert der Zeile    
 ■ bester Wert der Zeile

# Marktsicht: Für eine Top-Produktbeurteilung müssen auch Betreuung und Antragsbearbeitung passen



## Produktzufriedenheit KV nach Betreuungs- und Prozessbewertung

Modul KV  
Gesamtmarkt  
n=890



# Agenda

Die Herausforderungen im Maklermarkt

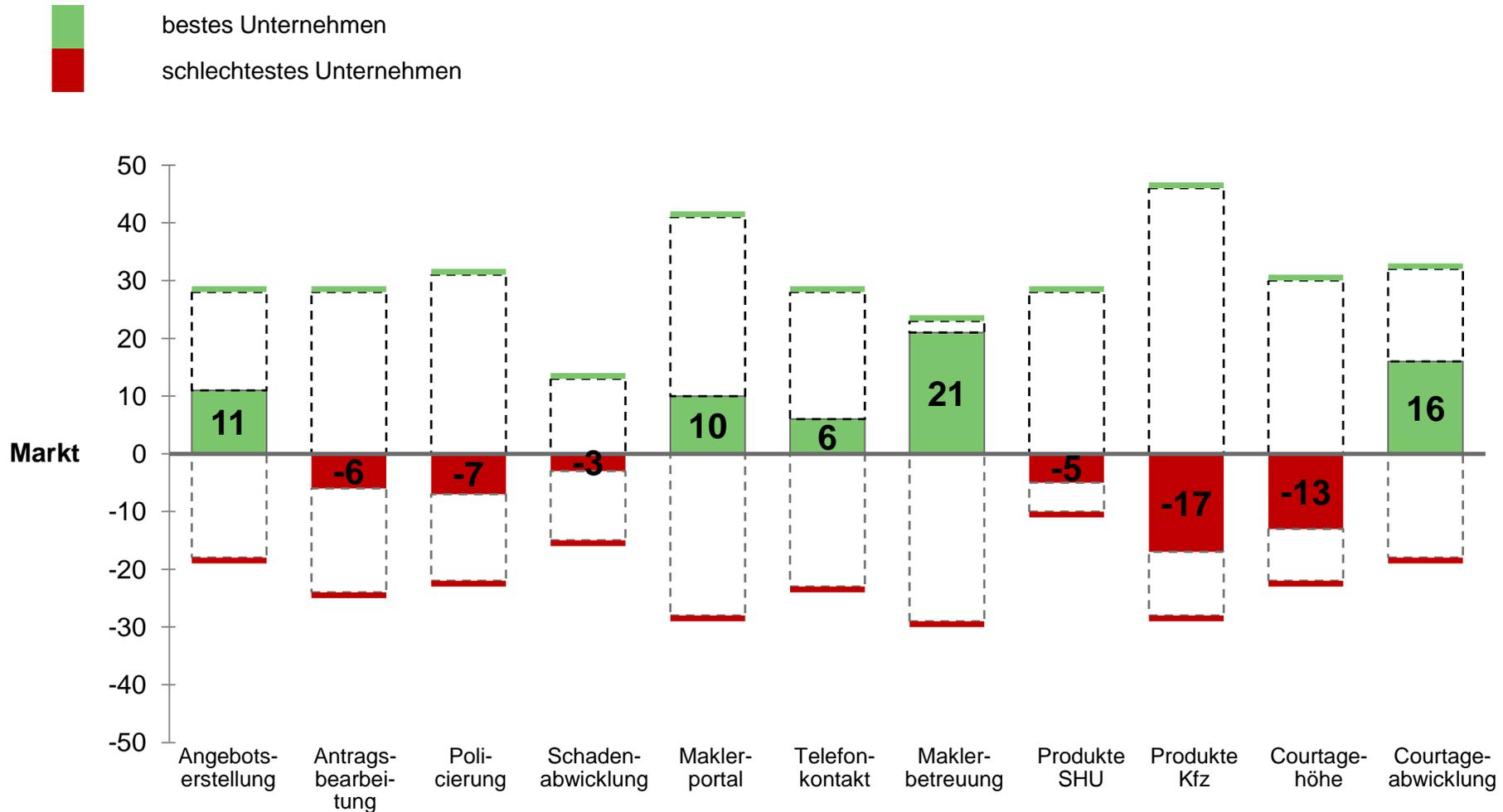
Die Bedürfnisse der Makler verstehen

Makler-Management mit KUBUS Makler

# In der Marktbetrachtung kann für die Teilnehmer ein Profil mit Stärken und Schwächen erstellt werden



MSR-Klientenbeispiel



# Der kompakte Ergebnisüberblick erlaubt eine detaillierte Positionierung der eigenen Performance im Markt



## Anteil „vollkommen/ sehr zufrieden“ im Vergleich zum Markt

- besser als der Marktschnitt ( $\geq 5\%$ -Punkte)
- wie der Marktschnitt
- schlechter als der Marktschnitt ( $\leq -5\%$ -Punkte)

Modul KV  
Gesamtmarkt  
n=890

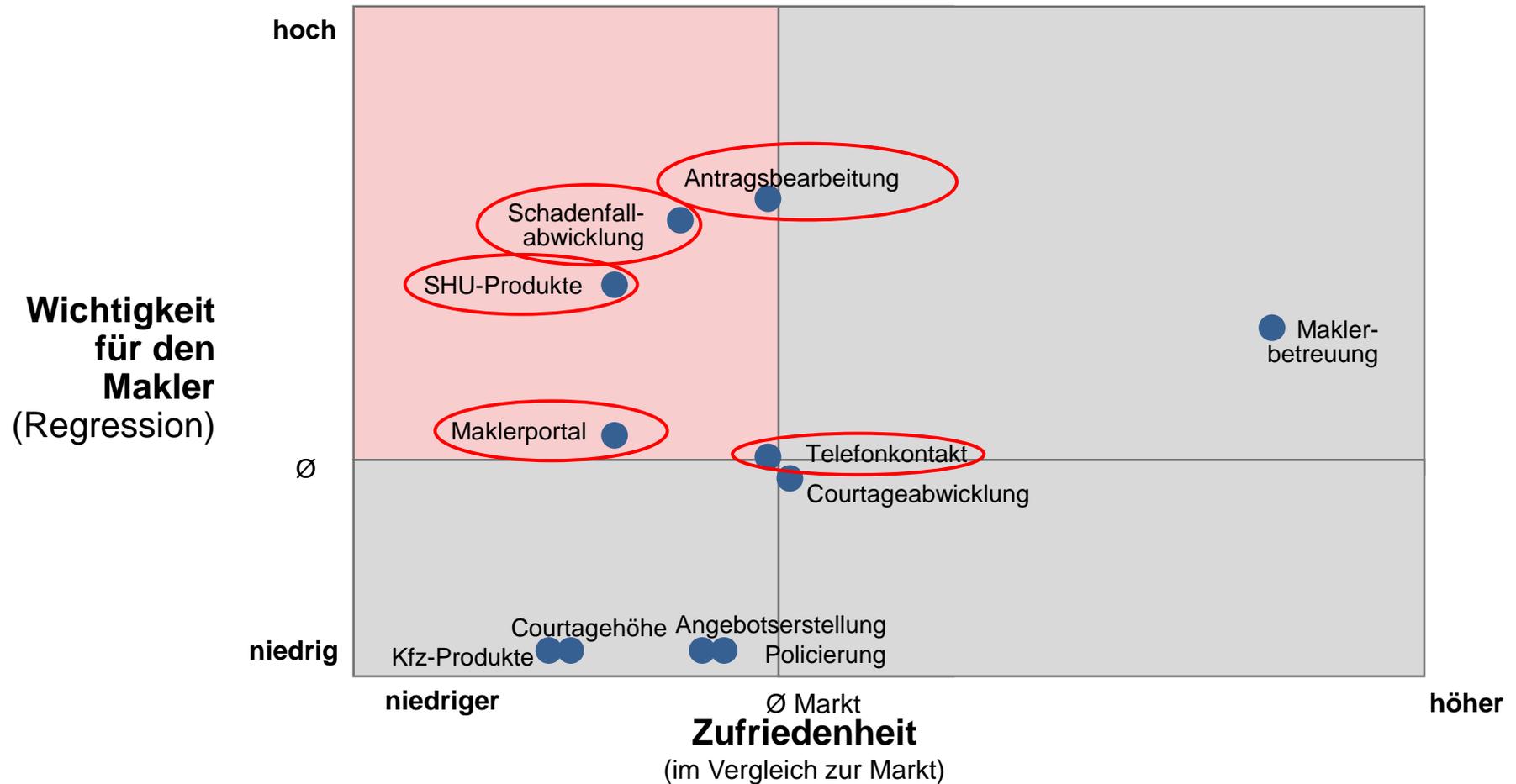
	Angebots- erstellung	Antragsbe- arbeitung	Polizierung	Leistungsfall- abwicklung	Makler- betreuung	Telefon- kontakt	Maklerportal	Produkte Kranken Voll	Produkte Kranken Zusatz	Courtage- höhe	Courtage- abwicklung
VU 1	-	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
VU 2	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
VU 3	-	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
VU 4	-	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
VU 5	-	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
VU 6	-	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
VU 7	-	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
VU 8	-	●	●	●	●	●	-	●	●	●	●
VU 9	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

# Die Handlungs-Relevanz-Matrix zeigt die konkrete Position pro Leistungsdimension und den Handlungsbedarf



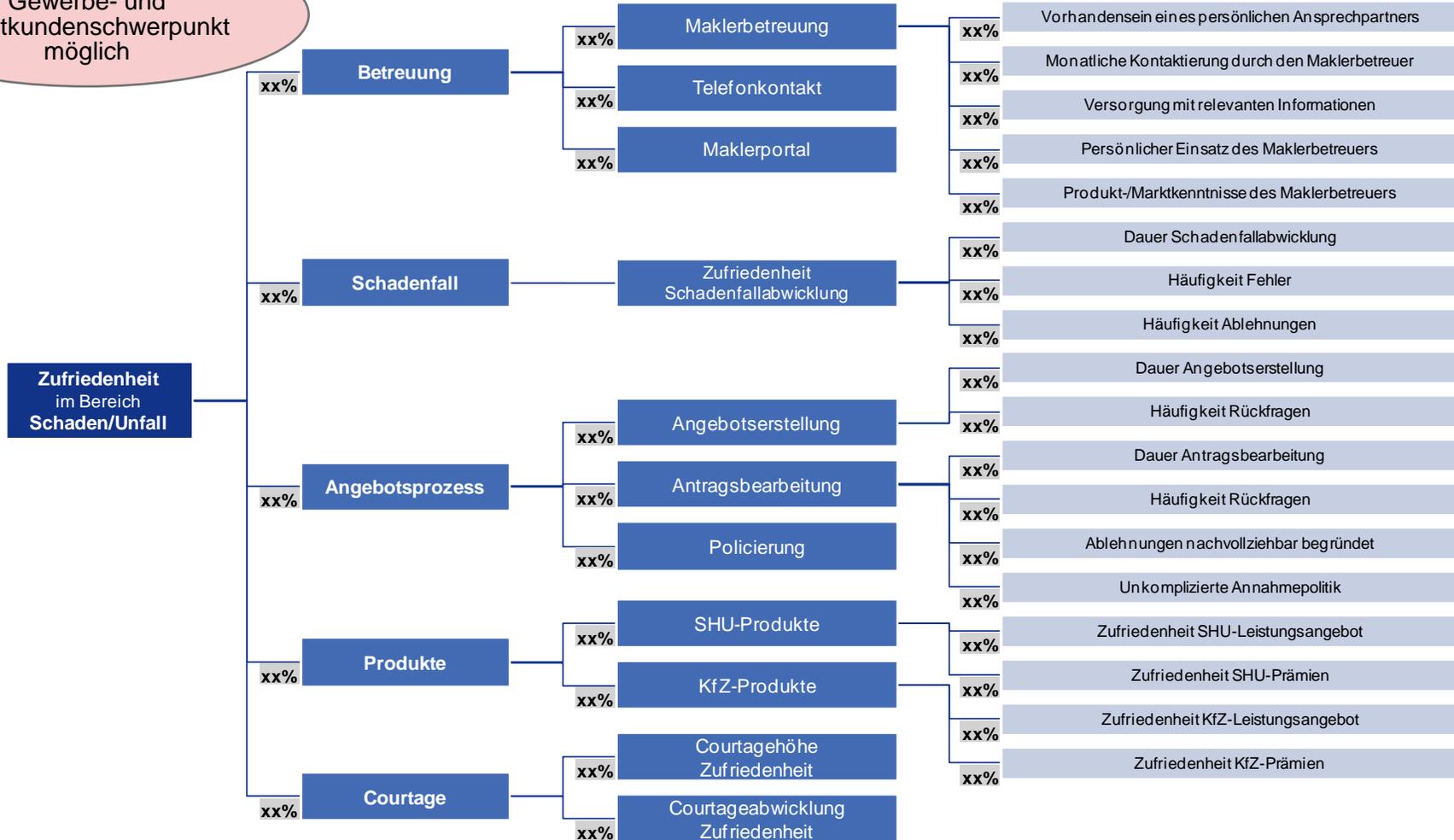
## Handlungs-Relevanz-Matrix Komposit

MSR-Klientenbeispiel



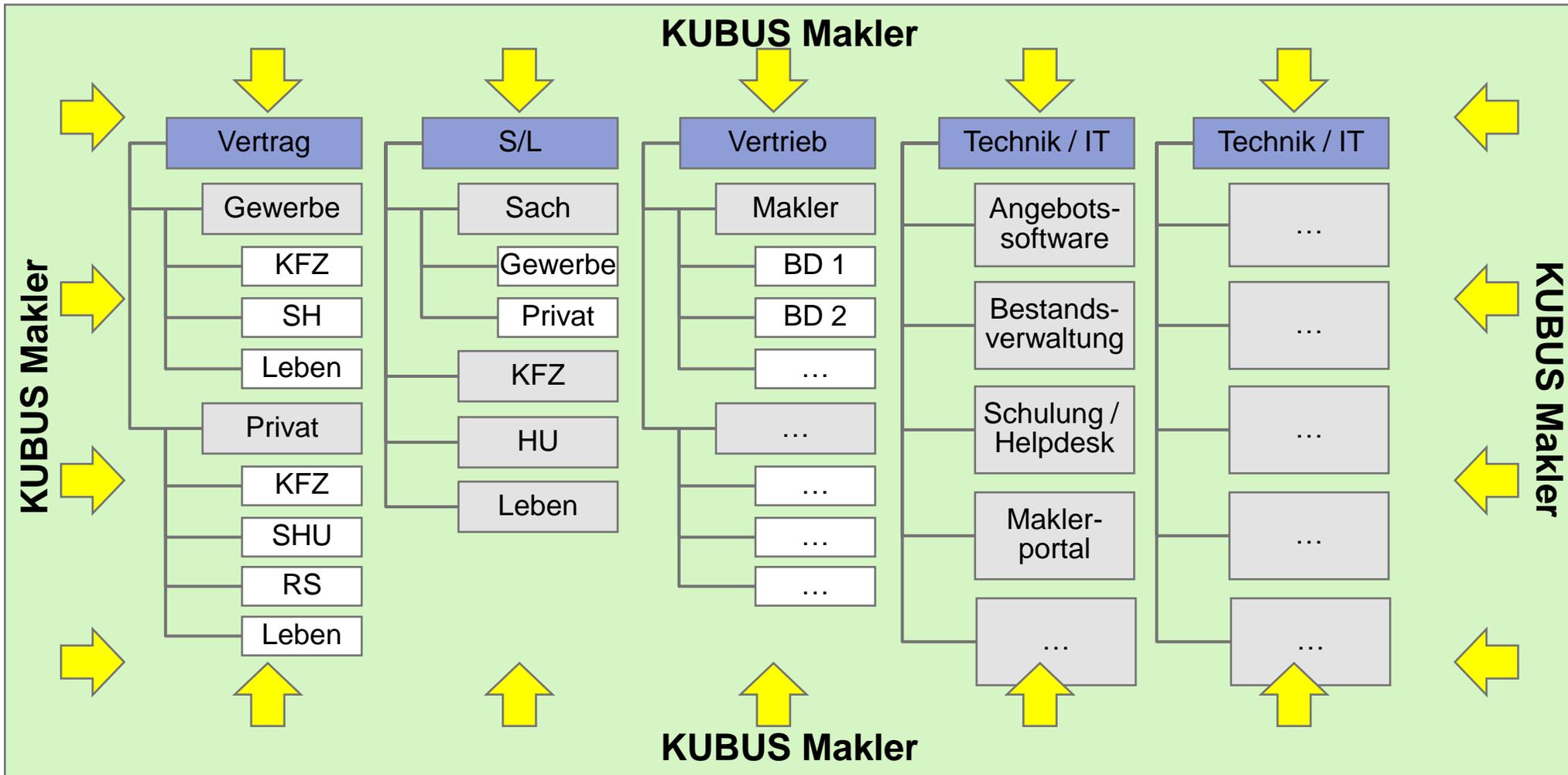
# KUBUS Makler ermöglicht eine vollständige Treiberanalyse - zu allen Fragen liegen differenzierte Benchmarks für Gewerbe- und Privatkundenmakler vor

Differenzierung nach Gewerbe- und Privatkundenschwerpunkt möglich



# KUBUS Makler liefert allen relevanten Unternehmensbereichen jeweils trennscharfe Ergebnisse

## Schematischer Überblick Ergebniszuzuordnung



# Ihre Ansprechpartner zum Thema



Michael Kullmann  
Partner  
0221 489 28-17 (fon)  
[Michael.Kullmann@MSR.de](mailto:Michael.Kullmann@MSR.de)



Dr. Stephan Groll  
Senior-Consultant  
0221 489 28-58 (fon)  
[Stephan.Groll@MSR.de](mailto:Stephan.Groll@MSR.de)