

$$= 2 \frac{(m_G \cdot m_S)}{S_G^2 + S_S^2}$$

*Erfolgreiches Marketing-
und Risikomanagement
in der Versicherungswirtschaft
Einführungsseminar*

14. Oktober 2003, Düsseldorf

Anwender der Westfälischen Provinzial und Berater der INFORMA Unternehmensberatung sowie unseres Partners Claritas Deutschland berichten über:

Grundlagen von Scoring in der Versicherungswirtschaft

Einsatz von Auskunfteidaten und Scores in der Antragsprüfung

Optimierungspotenziale in Neukundengewinnung und Bestandskundenmanagement durch den gezielten Einsatz interner und externer Daten

Praktische Einführung von Scoring

Ertragsoptimierung Ihrer Kundenbeziehungen mit Scoring

Spätestens seit der Deregulierung der Kfz-Tarife ist das Versicherungsgeschäft für viele Versicherungsunternehmen nicht mehr sehr lukrativ. Verluste aus unprofitablen Kundenbeziehungen können durch die mit profitablen Kunden erwirtschafteten Gewinne oftmals nicht ausgeglichen werden.

Das Wissen um die Ertragschancen und Gefährdungsfaktoren einer Kundenbeziehung stellt daher einen wesentlichen Wettbewerbsfaktor und den Schlüssel zu einer potenzialgerechten Ausschöpfung der Marktchancen dar. Durch eine gezielte Fokussierung auf attraktive Kundensegmente und die Vermeidung beziehungsweise Begrenzung von Beziehungen zu Kunden in unattraktiven Segmenten wird eine hohe Profitabilität in der Versicherungswirtschaft wieder möglich.

Das Einführungsseminar soll einen umfassenden Einblick vermitteln in die mit dem Einsatz von Scoring verfolgten Optimierungsziele und den Einsatz externer Daten wie des INFORMA-Scores in seinen verschiedenen Ausprägungen.

Im Seminar werden Ihre Chancen zur Ertragsoptimierung bestimmter Handlungsfelder mittels Scoring dargestellt:

Neukundengewinnung:

Die Rentabilität Ihrer Mailingaktionen zur Neukundengewinnung kann erhöht werden, indem Sie mittels Scoring unattraktive Adressaten aus Ihrer Zielgruppe aussondern.

Antragsprüfung und -bewertung:

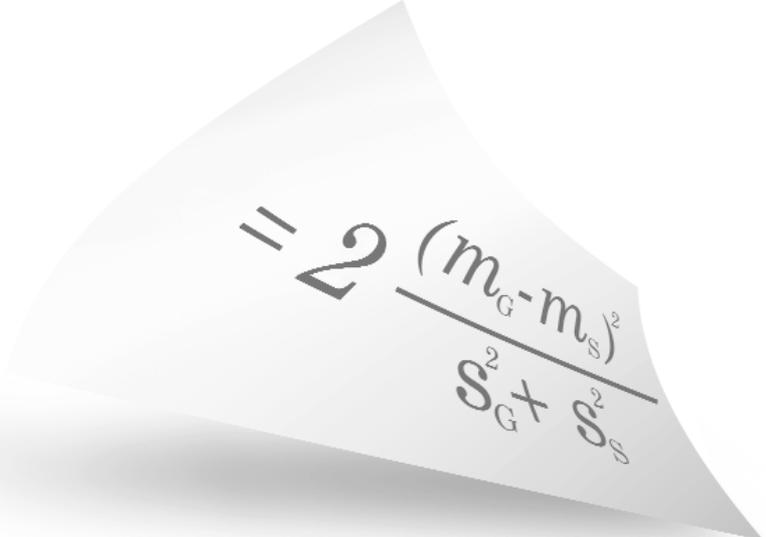
Durch Bewertung Ihrer Antragssteller mit Scoretabellen und externen Zusatzinformationen erhalten Sie Informationen darüber, welche Kundenbeziehungen Sie besser nicht eingehen oder auf das Notwendige beschränken sollten.

Bestandsbewertung:

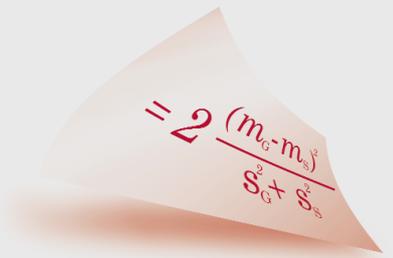
Kunden können sich im Laufe ihres Lebens verändern. Daher ist es wichtig, auch Ihre Bestandskunden regelmäßig neu zu bewerten, damit Sie ihnen gemäß ihres Ertragspotenzials maßgeschneiderte Angebote unterbreiten können. Gleichzeitig sollte vermieden werden, Risiken bei verlustbringenden Kunden oder Kunden ohne wesentliches Potenzial einzugehen.

Schadensmanagement:

Schon beim ersten Schadensfall können Sie prognostizieren, welche Kunden zukünftig überdurchschnittlich viele Folgeschäden verursachen werden. Sie können frühzeitig entscheiden, welche Verträge Sie besser kündigen sollten. Bestimmte Daten dienen zudem auch als Betrugsindikator und geben Hinweise darauf, welche Schäden Sie näher untersuchen sollten.


$$= 2 \frac{(m_G - m_S)^2}{S_G^2 + S_S^2}$$

Programmübersicht



14. Oktober 2003

8.45 – 9.00

Anmeldung

9.00 – 9.30

Begrüßung und Einleitung

9.30 – 10.15

Einführung in das Scoring für die Versicherungsindustrie

Erfahren Sie mehr über die theoretischen Grundlagen von Scoring, dessen Vorzüge als Instrument des Risikomanagements und über die Entwicklung von Scoretabellen.

10.15 – 10.45

Kaffeepause

10.45 – 11.30

Scoring in der Neukundenakquisition und in der Folgebearbeitung

Erkennen Sie Optimierungsmöglichkeiten in der Neukundengewinnung mithilfe von Scoring auf Basis von externen und internen Datenbanken.

11.30 – 12.15

Einsatz von Auskunftseidaten und Scores in der Antragsprüfung

Wir zeigen Ihnen, wie durch den Einsatz von kundenbezogenen Informationen risikoreiche Kunden bereits im Antragsprozess einfach identifiziert werden können.

12.15 – 13.30

Gemeinsames Mittagessen

13.30 – 14.15

Optimierungspotenziale im Kundenmanagement durch den Einsatz des INFORMA-Scores

Erfahren Sie, wie Sie mit dem INFORMA-Score bessere kundenbezogene Entscheidungen in der Bewerbung und Produktausstattung treffen können und wie Sie den INFORMA-Score in der Antragsprüfung sowie im Bestandskundenmanagement und Schadenmanagement einsetzen können. Zudem stellen wir Ihnen neu entwickelte Scores vor: den INFORMA-XSelling-Score zur Optimierung der Abschlusswahrscheinlichkeit und den INFORMA-Storno-Score zur Identifizierung von besonders stornogefährdeten Kundengruppen.

14.15 – 15.00

Anwenderbericht Westfälische Provinzial

Erfahrungen in der Nutzung des INFORMA-Marketing-Scores

15.00 – 15.30

Kaffeepause

15.30 – 16.15

Anwendungsbeispiel Claritas: Bonitätsdaten und mehr für eine potenzialbasierte Vertriebssteuerung

Lernen Sie innovative Lösungen kennen, wie Versicherungsunternehmen durch den gezielten Einsatz von kleinräumigen Markt-, Potenzial- und Segmentierungsdaten ihre Marketing- und Vertriebsaktivitäten nachhaltig optimieren können. Mit dem COSMOS INFORMA KGS12-Bonitätsindex steht dabei eine spezielle Qualifizierung von Mikromärkten nach Bonitätsgrad und Bonitätsverteilung zur Verfügung.

gegen 16.15

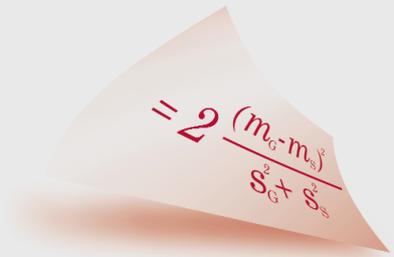
Abschlussdiskussion und Resümee

Anschließend

Speaker's Corner mit Cocktailempfang


Fair Isaac
INFORMA

Anmeldung



zum Seminar „Marketing- und Risikomanagement in der Versicherungswirtschaft“ am 14. Oktober 2003

Firma: _____

Straße: _____

PLZ/Ort: _____

Name: _____

Position: _____

Abteilung: _____

Telefon/Telefax: _____

E-Mail: _____

Das ausgefüllte Anmeldeformular
senden Sie bitte an folgende Fax-Nr.:

+49/72 31/13 66-99

Für Rückfragen steht Ihnen Antje
Werner gerne unter der Telefon-Nr.
+49/72 31/13 66-48 zur Verfügung.

Teilnahmepreise:

- | | |
|---|-----------------|
| <input type="checkbox"/> INFORMA-Kunden | € 275,- |
| <input type="checkbox"/> Nichtkunden | € 300,- |
| bei einer Anmeldung bis 19. 9. 2003 | Nachlass € 25,- |
| ab dem 2. Teilnehmer einer Firma | Nachlass € 25,- |

zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer

Sie erhalten einen umfangreichen
Ordner mit allen Seminarunterlagen
sowie am Ende des Seminars eine
Bestätigung über Ihre Teilnahme.
Sollten Sie an dem Seminar nicht
teilnehmen können, senden wir Ihnen
die Seminarunterlagen zum Preis von
€50,- gerne zu.

Veranstaltungsort:

Courtyard Marriott Düsseldorf Seestern

Am Seestern 16 • 40547 Düsseldorf
Telefon: +49/2 11/59 59 59 • Fax: +49/2 11/59 35 69

Das Courtyard Marriott Hotel hält für die Teilnehmer ein
Zimmerkontingent zum Preis von €129,00 pro Nacht inklusive
Frühstück bereit.

Wir bitten Sie, die Zimmerreservierung
direkt im Hotel unter dem Stichwort
„INFORMA“ vorzunehmen.

Das ausgefüllte Anmeldeformular senden Sie bitte an:

INFORMA Unternehmensberatung

Antje Werner
Freiburger Straße 7

D-75179 Pforzheim


Fair Isaac
INFORMA