

AMC-Themenforum

Wege zum Neukunden in der Transparenzgesellschaft

Beginn einer Affäre oder einer guten Geschäftsfreundschaft

30. Januar 2014, 18:00 h - 19:15 h. Ab 19:45 exklusive Abendveranstaltung.

31. Januar 2013, 08:30 h - 13:30 h. Anschließend Ausklang beim Businesslunch.

Hotel Hyatt Regency, Kennedy-Ufer 2 a, 50679 Köln.

Themenforum für Vorstände und Entscheidungsträger

Dieses AMC-Themenforum beleuchtet die Veränderungen der Neukundenakquisition und ihre Folgen. Vorangegangen war das Thema *Alternativen der Vertriebsvergütung in Deutschland und Europa*, dessen Fortsetzung am 15. (Vorabend)/ 16. Mai 2014 folgt.

Die fachliche Leitung und Moderation dieses AMC-Themenforums liegt beim Beiratsvorsitzenden des AMC, Herrn Prof. Dr. Heinrich R. Schradin, Universität zu Köln. Ziel ist aktiver fachlicher Austausch.

Situation

Verhaltenes Geschäft und kritische Medienberichte zeigen: Die Geschäftsanbahnung bei Neukunden verändert sich.

Tags: Akquisition | Datenaffäre | Empfehlungsmarketing | Kundenkontaktpunkte | Neukundenverhalten | Transparenz | Orga.-Praxis | Recht | Regulierung | Verhaltenskodex | Wachstum

Starke Kräfte beeinflussen die Neukundenakquisition und verstärken sich in ihrer Wirkung gegenseitig. Das erfordert wache Beobachtung, klare Analyse und teils proaktives Handeln der Unternehmensleitung.

Gegenwärtig treten unter der Transparenzforderung Machtverlangen, theoretische Gewalt, blinde Medienideologie und unmögliche Versprechen in die Arena.

Prof. Dr. Manfred Schneider, Transparenzraum, 2013

Informationen und Anregungen

Erleben Sie aktuelle Überblick- und Impulsvorträge. Lernen Sie praxisorientierte Gedankengänge hochkarätiger Referenten außerhalb der Tretmühle des Alltags im Original kennen. Klären Sie zeitig, was zu erwarten ist. Und gewinnen Sie Anregungen für eigene, neue Ideen zu relevanten Themen mit Konfliktpotential und aktuellem Entscheidungsbedarf. Zur Überprüfung, Weiterentwicklung und Ausrichtung der eigenen Position sowie der Auswahl und Einleitung von Maßnahmen zu den Veränderungen der Neukundenakquisition und ihren Folgen. Profitieren Sie von dieser Plattform mit hohem Niveau, weitem Horizont und spannenden Diskussionen.

Teilnehmerstimmen vom Juni 2013:

Ich habe die Veranstaltung in guter Erinnerung. | Ich fand die Veranstaltung gut.

Zeitrahmen

Dieses AMC-Themenforum widmet der kritischen Auseinandersetzung in der Diskussion und dem fachlichen Erfahrungsaustausch zu Fragen der Vorstandspraxis besonders viel Raum. Auch bei der exklusiven Abendveranstaltung. Im persönlichen Kontakt.

Anmeldung und Kontakt

Bitte benutzen Sie das auf der Veranstaltungsseite hinterlegte Anmeldeformular. Kontakt:

Andreas Wölker | woelker@amc-forum.de | T. 0221-93119887 | F. 0221-9235992 | M. 0175-2438095

Programm

Fachliche Leitung und Moderation: Prof. Dr. Heinrich R. Schradin, Universität zu Köln

30. Januar 2014, 18:00 h

Begrüßung

Prof. Dr. Heinrich R. Schradin, Universität zu Köln, Andreas Wölker, AMC

Neukundengewinnung in Zeiten zunehmender Regulierung

Prof. Dr. Matthias Beenken, Fachhochschule Dortmund

Anforderungen europäischer und nationaler Gesetzgeber an Versicherer, Vermittler und Tippgeber bei der Kundenakquise: Überblick, Spielräume und Grenzen. Mit kritischen Gedanken zu überkommener Orga.-Praxis und zum Verhaltenskodex.

Ab 19:45 h exklusive Abendveranstaltung.

31. Januar 2014, ab 08:30 h

Transparenz als Wunsch und Wirklichkeit

Prof. Dr. Manfred Schneider, Ruhr-Universität Bochum

Das komplexe Vertrauensgut Versicherung leidet unter den Widersprüchen der aktuellen Diskussion über Transparenz. Kunden, Versicherungsvermittler und Versicherer sehen sich Transparenzforderungen gegenüber, als ob sich mit der vollkommenen Durchsichtigkeit aller auch die Erlösung von allen Übeln einstellte. Das Verlangen nach verlässlicher Information gerät unter dem Hype um totale Transparenz ins Maßlose. Die Kehrseite der Transparenz, wie Ausspähung und Veröffentlichung privater Daten und Firmendaten, schockiert. Misstrauen und Verunsicherung kommen auf. Zur Einordnung und kritischen Beurteilung des aktuellen Geschehens hilft ein Blick in die Kultur und Geschichte der Transparenz.

Wo es in der Assekuranz überhaupt noch Wachstum gibt – moderne Neukundenbedürfnisse neu interpretieren

Jürgen Breiting, Icon Added Value, Nürnberg

Moderne Kundenbedürfnisse und Neukundenverhalten angesichts Medien und Multikanal, Unsicherheiten und Sicherheitsbedürfnissen. Im Zusammenspiel von Markenführungsexpertise, Erkenntnissen und Inspiration werden Voraussetzungen geschaffen für Wachstum und Wertschöpfung.

Empfehlungsmarketing und andere Instrumente der Neukundengewinnung im Recht

Dr. Stefan Segger, CMS Hasche Sigle, Köln

Ein Dickicht rechtlicher Regelungen ordnet die Neukundengewinnung. Dazu gehören Vorschriften aus den Gebieten Versicherungsrecht, Wettbewerbsrecht, Datenschutz, Verbraucherschutz, aber auch aus Arbeits-/ Dienstrecht und Managerhaftpflicht. Hinzu treten freiwillige Normen wie Verhaltenskodex und Compliance-Vorgaben. Der Beitrag beleuchtet die aktive Neukundenansprache und nicht zuletzt das sogenannte Empfehlungsmarketing aus rechtlicher Sicht.

Orchestrierung der Kundenkontaktpunkte – Herausforderung Multikanalmanagement

Harald Henn, Marketing Resultant, Mainz

Adäquate Präsenz in den kaufentscheidenden Kontaktpunkten (Touch Points) und die Verzahnung des Kundenkontakts mit mehreren Kontaktpunkten (Customer Journey) stellen hohe Anforderungen an die Assekuranz. Kunden lernen ihre Maßstäbe auch in anderen Branchen. Zu den Hürden und Ansätzen, fit für die Zukunft zu werden.

Neue Kunden zu akquirieren ist eine hohe Kunst

Referent angefragt

Plenumsdiskussion Neukundengewinnung - Vom Potential zum Abschluss.

Diskussionsleitung Prof. Dr. Heinrich R. Schradin, Universität zu Köln

Ausklang

Ende der fachlichen Veranstaltung ca. 13:30 h, anschließend Ausklang beim Businesslunch.

Fachliche Leitung und Moderation



Prof. Dr. Heinrich R. Schradin

Institut für Versicherungswissenschaft, Seminar für ABWL, Risikomanagement und Versicherungslehre, Universität zu Köln.

Prof. Schradin ist u.a. Versicherungsbeirat bei der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) und der Beiratsvorsitzende des AMC.

<http://www.versicherung.uni-koeln.de/11417.html>

Referenten



Prof. Dr. Matthias Beenken

Fachbereich Wirtschaft der FH Dortmund, Sachgebiet BWL, insbes. Versicherungswirtschaft. Prof. Beenken, Mitglied im wissenschaftlichen Beirat des AMC, blickt auf umfangreiche praktische Erfahrungen aus langjähriger Tätigkeit im Versicherungsvertrieb, als Publizist, Fachverlags-Manager und Berater von Versicherungsgesellschaften und Verbänden zurück.

Publikationen u.a.: Yvonne Gebert, Kay-Uwe Erdmann, Matthias Beenken (Herausgeber): Praxishandbuch Vermittlerrecht, erschienen am 30.8.2013; Der Versicherungsvermittler als Unternehmer, 4. vollständig neu bearbeitete Auflage 2013. <http://www.matthiasbeenken.de>



Dipl.-Kfm. Jürgen Breitingner

Icon Added Value, Nürnberg, ist ein Partner für Markenführung und Marketing Intelligenz für starke Marken - und solche, die es werden wollen. Icon wurde 1993 gegründet. Das Unternehmen arbeitet heute für alle Branchen und ist auf der ganzen Welt genauso zuhause wie in lokalen Märkten. Jürgen Breitingner ist Managing Director, Member of the Executive Board bei Icon Added Value.

http://www.icon-added-value.com/#de-de//home_state



Harald Henn

Marketing Resultant, Mainz, begleite und unterstützte seit 2004 Unternehmen dabei, einfache und wirkungsvolle Marketing- und Vertriebsprozesse im Markt umzusetzen. Gesellschafter-Geschäftsführer ist Harald Henn. Davor war er viele Jahre in leitenden Marketing- und Vertriebsfunktionen großer Unternehmen und als geschäftsführender Gesellschafter der PRISMA Unternehmensberatung tätig. Der Schwerpunkt liegt heute bei Call Center- und CRM-Themen, zu denen Harald Henn auf zahlreichen Veranstaltungen referiert und auch veröffentlicht. <http://www.marketing-resultant.de/>



Dr. Stefan Segger

CMS Hasche Sigle ist eine der führenden deutschen Kanzleien im Versicherungsrecht. Die Beratung gehören aufsichts- und gesellschaftsrechtliche Fragen, die Ausgestaltung und Vertrieb von Versicherungsprodukten sowie versicherungsrelevante Fragen, die unter anderem Corporate Finance, Compliance, M&A, Insolvenzrecht, Steuerrecht, Datenschutzrecht sowie Wettbewerbsrecht betreffen.

Der Referent arbeitet seit vielen Jahren in diesem Themenfeld.

<http://www.cms-hs.com>



Prof. Dr. Manfred Schneider

Ruhr-Universität Bochum Die Forschungsschwerpunkte von Prof Schneider liegen u.a. in den Bereichen Geschichte der Befragungen, Medien, Fernsehtheorien, Kulturkritik.

Sein neuestes Buch *Transparenztraum* ist am 30.10.2013 erschienen. Es gibt laut 3Sat, Scobel, wie kein anderes „einen derart guten Überblick über die Geschichte des Begriffs, der Idee und vor allem auch der verschiedenen Formen der kulturellen Praxis von Transparenz.“ www.rub.de/neuermanistik2

Projektleitung/ Organisation



Dipl.-Kfm. Andreas Wölker

Der AMC ist ein moderiertes Netzwerk der AMC Finanzmarkt GmbH, Köln, für Versicherungsunternehmen sowie deren Dienstleister. Andreas Wölker ist einer der Geschäftsführenden Gesellschafter.

Studium an der Universität zu Köln. Berufsstationen in Marktforschung und Unternehmensberatung, u.a. in der Zentrale der BASF AG; und als Marketingleiter. Seit 1996 GmbH-Geschäftsführer, Unternehmensberater, Seminarleiter und Referent bei führenden Veranstaltern. Schwerpunkte: Vorstandsthemen, Marketing und Vertrieb, Business Development.