

22. AMC-Meeting

12./13. April 2005
swissôtel Düsseldorf/Neuss

Tagungsprogramm

Versicherungsforum • Forum Prozessoptimierung • Werkstätten • Dialogzentrum

www.meeting.amc-forum.de

Anzeige:

Mit dem Acxiom Wettbewerbsmonitor Versicherungen je Sparte erhalten Sie die Marktpenetration ausgewählter Versicherungsunternehmen für die Sparten Leben, Unfall, Haftpflicht und Kranken.

**Attraktive
Sonderkonditionen!**

Haben Sie Fragen
zum Thema?
06102 - 736 435
Ihr Sales Manager
Antonio-José Luque-Hornero

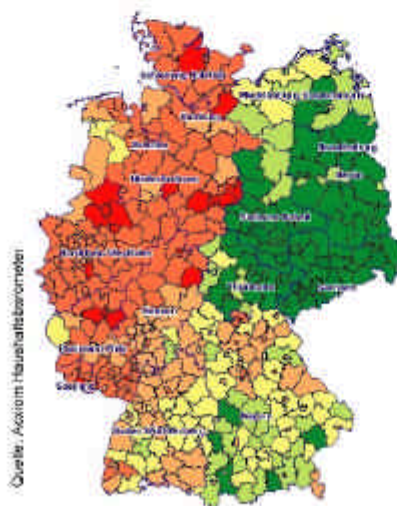


Folgende Versicherungen stehen je Sparte zur Verfügung:

Leben	Unfall	Haftpflicht	Kranken
- Aachener und Münchener	- Allianz	- Allianz	- Allianz
- Allianz	- AXA	- AXA	- AXA
- AXA	- Gerling	- Gerling	- Barmenia
- Debeka	- Gothaer	- Gothaer	- Central Kranken
- Deutscher Herold	- HDI	- HDI	- Continentale
- Hamburg-Mannheimer	- HUK-Coburg	- HUK-Coburg	- DBV-Winterthur
- R+V	- R+V	- R+V	- Debeka
- Victoria	- Victoria	- Victoria	- DKV
- VKB	- Württembergische	- Württembergische	- Signal Iduna
- Volksfürsorge	- Zürich-Agrippina	- Zürich-Agrippina	- VKB

Die Acxiom-Wettbewerbsmonitore werden als Berichtsband und CD-ROM in kartografischer und tabellarischer Darstellungsform geliefert.

Beispiel: Marktpenetration der Pfefferminzia Versicherung auf Kreisebene



Die Pfefferminzia Versicherung ist in den neuen Bundesländern überdurchschnittlich stark vertreten.

- 40,0 % und mehr
- 30,0 bis unter 40,0 %
- 25,0 bis unter 30,0 %
- 20,0 bis unter 25,0 %
- 15,0 bis unter 20,0 %
- 10,0 bis unter 15,0 %
- unter 10,0 %

Durchschnitt BRD: 19,5%



Tagungsübersicht

12. April

AMC-Versicherungsforum, 9.30 – 18.30 Uhr, Diana-Saal II4

13. April

Forum Prozessoptimierung, 9.30 – 16.30 Uhr, Diana-Saal II6

AMC-Werkstätten:

Alterseinkünftegesetz: Lösungen für POS,
9.00 – 12.00 Uhr, Raum Saturn7

Kundenzeitschriften/Kundenkarten/Kundenclubs,
9.00 – 12.00 Uhr, Raum Merkur8

Marketing-Toolbox,
9.00 – 15.00 Uhr, Raum Bacchus9

Marktforschung: Seniorenmarkt,
9.00 – 12.00 Uhr, Raum Augustus 10

Mobile Lösungen für die Assekuranz,
9.00 – 15.00 Uhr, Raum Neptun 11

Vertrieb: Lösungen für die Beratungspflichten nach der EUVermR,
9.00 – 16.30 Uhr, Raum Apollo 12

Wiederanlage Lebensversicherungen / Aktuelle LV-Produkte,
9.00 – 16.30 Uhr, Raum Mars 14

12./13. April

Raumplan 15

AMC-Dialogzentrum, Diana I..... 16

Terminankündigungen:

23. AMC-Meeting: 27./28. September 2005

24. AMC-Meeting: 30./31. Mai 2006



09.30 Begrüßung



Prof. Dr. Heinrich R. Schradin, Universität Köln, Vorsitzender des AMC-Beirates

09.45 AMC-Projektberichte



Gerhard May, AMC Münster
H.-Rüdiger Huly, AMC Düsseldorf
Rüdiger Szallies, AMC Nürnberg

Antragslogistik C-Verbindungen - Einkaufslogistik Fremdprodukte - Performance in Marketing und Vertrieb - Brancheninitiative Prozessoptimierung - FDL Senioren Report

11.00 Kaffeepause

11.30 Prozessoptimierung zwischen VU und Maklern:



Neue Potenziale für das Marketing

Ferdinand Wilhelm, Vorsitzender des Vorstandes, AssFiNET Assekuranz- und Finanz-Netzwerk AG

Immer mehr Versicherungsprodukte weisen nahezu identische Leistungsmerkmale, Preise und Provisionen auf. Wie sich Anbieter trotzdem beim unabhängigen Vermittler profilieren und ihren Vertriebs Erfolg durch maklergerechte Ausgestaltung der Prozesse für Angebot, Antrag und Policierung sicherstellen können, wird im Vortrag erläutert.

12.15 Das Grundgesetz der Straße



Schadenverhütung im Straßenverkehr als Marketinginstrument

Dr. Ludger Arnoldussen, Vorsitzender des Vorstandes, Swiss Re Germany

"Jeder hat das Recht auf körperliche Unversehrtheit", so Artikel 2 des Grundgesetzes. Das Gesetz der Straße sieht anders aus: Jahr für Jahr sterben weltweit ca. 1,2 Millionen Menschen auf den Straßen. Welche Bedeutung haben Schäden im Straßenverkehr einerseits und Schadenverhütungsmaßnahmen andererseits für die Assekuranz? Gibt es Auswirkungen auf das Produktmarketing? Insbesondere ist es die Problematik schwerer Personenschäden, die den Handlungsbedarf der Versicherungswirtschaft bestimmt.

13.00 Gemeinsames Mittagsbuffet und Informationsaustausch

15.00 Außendienst ohne Führung? Das Zukunftskonzept der Continentale für den Ausschließlichkeitsaußendienst



Holger Beitz, Generalbevollmächtigter, Continentale Krankenversicherung

Die Ausschließlichkeitsorganisation der Versicherungsunternehmen befinden sich in einem starken Wandlungsprozess. Der zunehmende Kostendruck, die gestiegenen Anforderungen an Beratung und Dokumentation vor dem Hintergrund der EU-Vermittlerrichtlinien und die stärkere Bedeutung anderer Vertriebswege, vor allem der Banken- und Maklerorganisationen, zwingen die Unternehmen, sich intensiv mit ihrer Ausschließlichkeitsorganisation auseinander zu setzen und neue Wege für eine erfolgreiche Zukunft dieses Vertriebsweges zu entwickeln. Die Continentale hat 1995 einen eigenen Weg eingeschlagen und einige Grundannahmen der Vertriebssteuerung in der Ausschließlichkeit auf den Kopf gestellt. In diesem Referat zieht Holger Beitz, verantwortlich für die Beratung und Betreuung der Ausschließlichkeits-Vertriebspartner, nach fast 10 Jahren eine erste Bilanz dieses eigenen Weges.

15.45 Die Position der PKV in der Gesundheitspolitik und die Rolle des Marketing



Christian Weber, Geschäftsführer, PKV-Verband

Gesundheitspolitik ist zum unkalkulierbaren Risiko zwischen den Eckpfeilern Bürgerversicherung und Gesundheitsprämie geworden. Eine rationale Diskussion zeigt, dass beide Konzepte nicht zukunftsfähig sind. Trotzdem wird die politische Auseinandersetzung darüber weitergehen. Die PKV hat wiederholt das Instrument einer Informationskampagne eingesetzt, mit dem Ziel, ein Stück Einfluss auf die politische Willensbildung zu nehmen. Zentraler Bestandteil der künftigen politischen Auseinandersetzung muss aber vor allem die eigene politische Botschaft sein. Hier setzt das Zukunftskonzept der PKV an.

16.30 Kaffeepause

17.00 Ranking und Rating auf Produktebene:

Methoden, Vorgehensweisen und Auswirkungen für das Marketing



Joachim Geiberger, Geschäftsführer, MORGEN & MORGEN GmbH

Mit steigender Bedeutung von Rankings und Ratings für alle Marktteilnehmer, Endkunden, Makler und Vermittler, Presse sowie die Produktgeber steigen auch die Anforderungen an die Ersteller von Ratings und Rankings. Kann diesen Anforderungen überhaupt voll umfänglich Rechnung getragen werden? Welche Rolle spielen Ratings in der Produktentwicklung sowie im Vertrieb? Was können Rankings und Ratings leisten, wo liegen die Grenzen? Rating und Ranking versus Bedarfsorientierung? Eine kritische Beleuchtung des Sachverhaltes von Joachim Geiberger.

17.45 Marketingqualifikation für Führungsnachwuchskräfte:

Das Marketing Executive Program des Marketing Centrums Münster



Prof. Dr. Manfred Krafft, Universität Münster, Mitglied im AMC Beirat

Unternehmen erwarten von ihren Mitarbeitern und insbesondere von ihren Führungskräften, dass sie sich permanent mit neuen Entwicklungen und Techniken des Managements auseinandersetzen. Die Zeit und die Möglichkeiten, sich das erforderliche Wissen im normalen Berufsalltag anzueignen, sind allerdings begrenzt. Das Marketing Centrum Münster bietet seit Herbst 2000 das MCM-Marketing Executive Program an, in dem in kompakten Seminarmodulen aktuelle Entwicklungen aufgegriffen und deren Einsatzmöglichkeiten in der Marketingpraxis aufgezeigt werden.

18.30 Ende des ersten Veranstaltungstages

19.00 Gemeinsames Abendessen



Life & Pension Insight™

Sapiens hat ein einzigartiges, workflow- und regelbasiertes Bestandsführungssystem für Lebens-, Kranken- und Rentenversicherer entwickelt. Die modulare und flexible Architektur erlaubt es den Versicherungsunternehmen, mit einer einzigen, zukunftssicheren, strategischen Plattform schrittweise, schnell und kostengünstig alle Geschäftsprozesse und Tarife zu verarbeiten.

www.sapiens.com

Anzeige:



Forum
Prozessoptimierung
 Moderation: H.-Rüdiger Huly

13. April
9.00 – 16.30 Uhr
Diana Saal II

09.00 Brancheninitiative Prozessoptimierung BiPRO



BiPRO - Einführung und aktueller Status
 Frank Schrills, RheinLand Versicherungsgruppe



**Institutionalisierung der BiPRO:
 Gewährleistung von Neutralität und rechtlicher Sicherheit**
 RA Dr. Johannes Kolbeck, Rotthege Wassermann & Partner



Urheber- und Nutzungsrechte im Rahmen der BiPRO
 RA Ingo Selting, Kanzlei Selting und Baldermann



**BiPRO Arbeitskreis "Technik":
 Berichterstattung über den Status der Projektvorschläge**
 Markus Heussen, RheinLand Versicherungsgruppe



**BiPRO Arbeitskreis "Fachlichkeit":
 Berichterstattung über den Status der Projektvorschläge**
 Alexander Kern, AMC Düsseldorf (in Vertretung für Dr. Reimer, VDV)

12.00 Gemeinsames Mittagsbuffet

13.30 Aktuelle Themen



**Identifikation von Potentialen zur Kostensenkung (Funktionswertanalyse)
 und Sicherung der Qualität in den Arbeitsabläufen - Erste Erfahrungen mit
 dem Verbund Zertifizierungssystem "VEMA ZERT"**
 Reinhold Friele, VEMA Versicherungs Makler Genossenschaft e.G



**Konventionen als Basis für neue Geschäftsmodelle -
 Grundlagen und Beispiele für die Integration von Community Services**
 Michael Obst, ABZ Deutschland

16.30 Ende der Veranstaltung



Institut für Marketing
Prof. Dr. Manfred Krafft



**1. Münsteraner CRM-Symposium –
 Wertorientiertes Kundenmanagement**

22./23. September 2005

Referenten (u.a.): **Frederick F. Reichheld**, Bain & Company, USA
Prof. Dr. Werner J. Reinartz, INSEAD, Frankreich
Alexander Rittweger, Loyalty Partner, CEO
Dr. Andreas Roggon, DaimlerChrysler AG, Leiter CRM Mercedes-Benz

Für weitere Informationen:
 Marketing Centrum Münster, Institut für Marketing, Tel. +49 (0)251 83 25025, E-Mail: marketing@uni-muenster.de, www.crm-symposium.de

Anzeige:



AMC-Werkstatt

Alterseinkünftegesetz: Lösungen für POS

Moderation: Andreas Wölker, AMC Münster

13. April
9.00 – 12.00 Uhr
Raum Saturn

Alterseinkünftegesetz - das aktuelle Schlagwort: Neben neuen Verkaufschancen birgt dieses Thema aber auch einige Herausforderungen. Die Werkstatt behandelt spezielle Angebots- und Beratungssysteme zur Schulung der Vertriebe und zur Information der Versicherungsnehmer über neue Produktangebote und Tarife nach dem Alterseinkünftegesetz.

09.00 Begrüßung

Andreas Wölker, AMC Münster

09.05 Herausforderung des Alterseinkünftegesetz für den Point Of Sale

Michael Hauer, Institut für Vorsorge und Finanzplanung in Weiden

Am Beispiel von Arbeitnehmern, Senioren und Selbständigen wird gezeigt, wer die Gewinner und wer die Verlierer der durch das Alterseinkünftegesetz neu geschaffenen Basisrentenversicherung sind. Vieles hängt davon ab, ob sie im Ruhestand gesetzlich oder privat krankenversichert sind. Die, welche eigentlich als Hauptzielgruppe angesehen wurden, sind von einem Verpuffungseffekt betroffen, der auf eine „Gesetzes-Panne“ zurückzuführen ist..

09.30 Mehr Transparenz im Beratungsgespräch trotz gestiegener Komplexität!



Edmund Weißbarth, Mitglied der ELAXY-Geschäftsleitung
Christian Meier, Key Account Manager bei ELAXY

Seit 1.1.2005 gibt es durch das AEG neue vertriebliche Herausforderungen und erhebliche Chancen im Geschäft mit der Altersvorsorge. Mehr Transparenz im Beratungsgespräch trotz gestiegener Komplexität! Wie Sie dieses "Paradoxon" in den Griff bekommen und ganz nebenbei die Anforderungen der EU-Vermittlerrichtlinie erfüllen können, wird am Beispiel der „ELAXY Vorsorgeberatung“ aufgezeigt. Was bedeutet das Alterseinkünftegesetz für Kunden und Außendienstmitarbeiter? BAV, Riester, Rürup - was ist in der konkreten Familien- und Einkommenssituation und unter Berücksichtigung der jeweiligen Lebensplanung das Beste?

10.15 Das Vorsorgehörspiel 2005



Ralf Pispers, Geschäftsführer Sounds of Seduction

Die Herausforderung von Vertrieb und Marketing von Vorsorgeprodukten liegt aktuell eindeutig in der Sensibilisierung und Verkaufsvorbereitung des Kunden. Anzeigen und Spots bieten hier jedoch nur unzureichendes Informationspotenzial. Mit dem Vertriebshörspiel "Der Vorsorgekompass 2005" bietet der AMC gemeinsam mit Sounds of Seduction jetzt ein attraktives und vielfältig einsetzbares Verkaufsförderungs-Instrument an. Der Kunde wird durch dieses Vertriebshörspiel optimal informiert und auf das persönliche Verkaufsgespräch mit dem Vermittler, Makler oder dem Call-Center vorbereitet. Das Vertriebshörspiel wird auf einer Audio-CD zum Einsatz in Mailings, Broschüren und der persönlichen Übergabe geliefert. Gleichzeitig kann es auch auf den Websites der Versicherungsunternehmen zum Download oder per Streaming plaziert werden. Erfahren Sie mehr zu Konzept und Budget und schenken Sie Ihre Aufmerksamkeit einem Hörbeispiel!

10.45 Kaffeepause

11.15 Das Alterseinkünftegesetz - Vertriebsunterstützende Maßnahmen



Joachim Lautenschlager, Vertriebsbüro Nord VIWIS GmbH

Damit sich der Vertrieb auf den Verkauf konzentrieren kann, hat Viwis ein verkaufsorientiertes Info-System zum AEG entwickelt. Hier wird dem Aussendienst das Material zur Verfügung gestellt, das schnell und übersichtlich die Chancen des neuen Gesetzes erläutert. Integriert ist auch ein Rechner, der vor Ort beim Kunden eingesetzt werden kann. Dieses Medium kann sowohl als CD-Rom Variante als auch webbasierend im Intranet eingesetzt werden

12.00 Ende der Werkstatt; Gemeinsames Mittagsbuffet



Kundenzeitschriften/Kundenkarten/ Kundenclubs

Moderation: Dr. Andreas K. Bittner, AMC Münster

13. April
09.00 – 12.00 Uhr
Raum Merkur

09.00 Begrüßung, Vorstellung der Teilnehmer
Dr. Andreas K. Bittner, AMC Münster

09.15 Vortragsblock „Kundenbindung“



Kunden-Magazine - vom Briefkasten in den Mülleimer

Uwe Dulias, Peter Strauch, IDA, Hamburg

Warum die meisten Kundenmagazine zwar an-, aber nicht an der Haustür vorbeikommen. Wie Kosten gesenkt und Erträge gesteigert werden können. Wie das Kundenmagazin der Zukunft Synergien nutzt und vernetztes Marketing fördert. Wie das Neukunden-Geschäft angekurbelt und treue Stammkundschaft erhalten wird. Marketing-Strategie Peter Strauch und Medien-Spezialist Uwe Dulias zeigen Ihnen neue Wege auf.



Kundenkarten in der Assekuranz

Stefan Hailmann, Roland Metzner, Gemplus, Ismaning

In ihrem Beitrag stellen Roland Metzner und Stefan Hailmann Techniken und Applikationen für Kundenkarten vor. Dazu gehört das mögliche Zusammenspiel von physischer und elektronischer Kundenkarte sowie deren Integration in ein Gesamtsystem zur Marken- und Kundenbindung.



Wie viele Karten passen in den Geldbeutel?

Timo Hinze, UGW, Wiesbaden

In seinem Vortrag geht Timo Hinze auf unterschiedliche Kartensysteme ein und stellt Vor- und Nachteile gegenüber. Was macht gute Bindungsprogramme erfolgreich? Co-Branding Kreditkarte: Wie profitieren beide Partner? Welche Chancen des Cross- und Up-Selling durch einen intensiven Kundenkontakt bieten sich? Gibt es Möglichkeiten der Selbstfinanzierung einer Kundenkarte?

10.45 Kaffeepause

11.15 Wirkung von Kundenmagazinen. Erfolgskontrolle für das Corporate Publishing
Walter Freese, TNS Emnid Mediaforschung, Bielefeld



In Zeiten, in denen die Etats für Kommunikations- und Marketing-Maßnahmen auf den Prüfstand kommen, wird Marketing-Controlling immer wichtiger. Auch für Unternehmenspublikationen ist eine vergleichbare und zuverlässige Messung unerlässlich. Durch die intelligente Verknüpfung der Erfahrungen aus der Leserschaftsforschung mit Ansätzen aus der Werbewirkungs- und Kundenbindungsforschung ist es gelungen, einen umfassenden Ansatz zu entwickeln, der sich in der Praxis bewährt. Walter Freese von TNS Emnid wird diesen sogenannten CP Standard vorstellen.

12.00 Ende der Werkstatt; Gemeinsames Mittagsbuffet

MATERNA
DRUCK- UND MEDIENFACHVERLEGE

AMC
Assekuranz Marketing Circle

>> Einladung zum „Praxisforum Barrierefreiheit“ am 27. und 28. April 2005 in Dortmund

Veranstalter: AMC und MATERNA GmbH

Das wichtigste technische und gesellschaftliche Thema „Barrierefreie Medien“ gewinnt an Aufmerksamkeit und Bedeutung. Die entsprechende rechtliche Grundlage, die Barrierefreie Informationsrichtlinie (BIR), verpflichtet neben Bundesländern und weiteren öffentlichen und privaten Institutionen auch über 100 gewerbliche Unternehmen, bis zum Jahresende die 14 Anforderungen an die Publizierbarkeit BIR umzusetzen.

Die Veranstaltung richtet sich insbesondere an Marketing- und Vertrieb Verantwortliche der gesetzlichen und privaten Finanzwirtschaftlichen und ist kostenfrei.

Weitere Informationen:
www.materna.de und
barrierefreie.medien.de
www.amc-forum.de

Anzeige:



AMC-Werkstatt

Marketing Toolbox

Moderation: Dr. Frank Kersten, AMC Münster

13. April
9.00 – 15.00 Uhr
Raum Bacchus

Die Werkstatt "Marketing-Toolbox" behandelt in lockerer Reihenfolge Werkzeuge und Hilfsmittel, die in Form von "Quick-Wins" zu Effizienzsteigerungen im Marketing beitragen können.

09.00 Begrüßung, Vorstellung der Teilnehmer

Dr. Frank Kersten, AMC Münster

09.15 Marketing für den Point Of Sale: Terminvereinbarungen via Call Center



Kai Sievers, Leiter Vertrieb, defacto unternehmensgruppe

Wer heute am Markt erfolgreich agieren will, muss seine Konzentration auf Kernkompetenzen richten. Die Lösung der Außendienst-Terminierung durch einen externen Experten ermöglicht Effizienzsteigerungen und Entlastungen des Tagesgeschäftes. defacto bietet umfangreiche Service-Leistungen rund um das Thema Terminierung. Der Vortrag soll einen Einblick in die Abläufe, Services und den potentiellen Nutzen einer Optimierung durch das Call Center geben.

10.00 Kundenmanagement am Point Of Sale



Dr. Marcus Mende, Leiter New Business Development, Schober Information Group

Neue Kunden zu gewinnen und bestehende Kunden richtig zu managen - das ist die tägliche Herausforderung am POS. Insbesondere kommt es darauf an, Kundenpotenziale zu erkennen und adäquat anzusprechen. Schober präsentiert CRM-Lösungen für Makler, Mehrfachagenten und Ausschließlichkeitsvertreter, mit dem neue und bestehende Kunden qualifiziert, bewertet und über den kompletten Lebenszyklus betreut werden können.

10.45 Kaffeepause

11.15 Tools für ein effizientes Empfehlungsmarketing



Helmut Rasch, Geschäftsführer, maxchoice GmbH & Co. KG

Eine besonders effiziente Form des Marketing ist das Empfehlungsmarketing. Zufriedene Kunden unterstützen den Vertrieb wirkungsvoll und dennoch fast unbemerkt. Ein wesentliches Hilfsmittel, Empfehlungsmarketing zu verstärken, ist die Belohnung der Empfehlungsgeber, i. d. R. durch ein Geschenk. Zu den beliebtesten Geschenken gehören Gutscheine - denn Schenken ist schön, doch das richtige Geschenk zu finden ist schwierig. Die Philosophie von maxchoice ist die Optimierung des Schenkens für alle Beteiligten - mit einem Gutschein, der händlerübergreifend, einfach und direkt vor Ort - wie Bargeld - bei 1.500 Filialen die Freiheit der eigenen Wahl lässt.

12.00 Gemeinsames Mittagsbuffet

13.30 Quickcheck der Marketing- und Vertriebseffizienz



Andreas Pasing, Vertrieb, buw consulting GmbH

Die Effizienz von Marketing- und Vertriebsleistungen wird oft entweder nicht gemessen oder von einer so großen Menge an Kennzahlen bestimmt, dass klare Handlungsempfehlungen nicht mehr abgeleitet werden können. Im Vortrag sollen die Parameter der Effizienz herausgearbeitet und ein Vorschlag zur Auswahl der bestimmenden Faktoren vorgestellt werden. Abzuwägen sind hier strategische, pragmatische und lösungsorientierte Ziele. Praxisbeispiele aus verschiedenen Branchen zeigen die Bandbreite der Anwendungsmöglichkeiten auf.

14.15 Was macht Ihr Wettbewerb?



Marktbeobachtung mit dem Wettbewerbsmonitor Assekuranz

Christian Reuß, Head of Sales & Client-Management, Acxiom Deutschland

Für eine optimale Marketing- und Vertriebsarbeit benötigen Sie exakte Informationen über Ihre regionalen Absatzchancen, und das heisst auch: über die Aktivitäten Ihrer Mitbewerber. Mit dem Wettbewerbsmonitor Versicherungen bietet Acxiom einzigartige Informationen für eine präzise Vertriebssteuerung, ein marktgerechtes Vertriebscontrolling und ein effizientes Mitbewerber-Monitoring.

15.00 Ende der Werkstatt



AMC-Werkstatt

Mobile Lösungen für die Assekuranz

Moderation: Stefan Raake, AMC Düsseldorf

13. April
9.00 – 15.00 Uhr
Raum Neptun

09.00 Begrüßung, Vorstellung der Teilnehmer
Stefan Raake, AMC Düsseldorf

09.15 Mobile Anbindung in der Assekuranz: Ergebnisse der AMC/Condat-Umfrage



Jeanette Zahr, Sales Manager, Condat AG

Mobile Sprach- und Datenlösungen wachsen mit unternehmensinternen Netzwerken zusammen und stellen neue Anforderungen an die bestehende IT-Infrastruktur. Elemente wie IT-Sicherheit, integrierte Sprach-Datenkommunikation und Mobilität rücken in den Fokus einer erfolgreichen Unternehmensführung. Wie wird der Vertrieb an das Unternehmen angebunden? Gibt es allgemeine Besonderheiten, die in der Assekuranz bei mobilen Anbindungen zu berücksichtigen sind? Im März 2005 führte Condat eine Umfrage „Mobile Anbindung in der Assekuranz“ bei den AMC-VU durch. Innerhalb des Vortrags sollen unter anderem die Ergebnisse der Umfrage vorgestellt werden.

10.00 Schneller policieren mit Digital Pen



Ralf Göbel, Vorstand, foxray AG

Die heutige Form der Bearbeitung von Versicherungsanträgen bindet Ressourcen: Anträge müssen erfasst, klassifiziert und manuell geprüft werden. Als innovative Alternative zur manuellen Antragsbearbeitung bietet foxray die Digital-Pen-Komplettlösung an. Dabei wird während des Verkaufsgesprächs des Vermittlers mit seinem Kunden der Antrag mit dem Digital Pen ausgefüllt und via Handy bzw. Internet an die Zentrale übermittelt, wo eine sofortige OCR-Erkennung und Prüfung der Daten stattfindet.

10.45 Kaffeepause

11.15 AEP macht mobil: Technik und Einsatzpotentiale der PASS-Lösung



Oliver Hanisch, Product Manager & Wigbert Tabarelli, Business Unit Manager Insurance, PASS Consulting Group

PASS Remote Insurance ist ein neuartiger Ansatz für die Mobilität am Point of Sale. Auf Basis der PASS Application:Enterprise Portal (AEP) Technologie können Unternehmen Ihre mobilen Prozesse entschlacken und vorhandene zentrale Lösungen ohne Anpassungen mobil machen (Application Mobile Connection). Kosten- und Komplexitätsreduktion sind ein Nutzenaspekt der Lösung, schlanke und optimierte Kundenberatungsprozesse am point of sale ein weiterer. Im Rahmen einer praxisnahen Präsentation stellen die Referenten die Basistechnik und die spezifischen Einsatzpotentiale dar, abgerundet durch ein anschauliches Live Solution-Beispiel.

12.00 Gemeinsames Mittagsbuffet

13.30 Aktiv auf dem Weg zum Kunden: Vertriebshörspiele als mobile Gesprächsvorbereitung



Ralf Pispers, Gesellschafter, Sounds of Seduction Audioproduktionen

Außendienstmitarbeiter agieren heute mehr denn je mit komplexen und umfangreichen Produktportfolios. Bei jedem Verkaufsgespräch müssen sie sich auf eine neue Verkaufssituation einstellen und wechselnde Produktleistungen abrufbereit haben, um diese kompetent präsentieren zu können. Die richtigen Verkaufsargumente entscheiden über den Erfolg. Erleben Sie in diesem Vortrag, wie Vertriebshörspiele auf der Fahrt zum Kunden aktiv zur Gesprächsvorbereitung genutzt werden können.

14.15 Technologie-Trend "Mobile" zwischen Machbarkeit und Sinnhaftigkeit

Axel Wegat, Business Architect, Industry Line Finance & Services, T-Systems International

Tablet-PC, Smart-Phones, Digital Pen, Mobile Computing, UMTS ... die Begriffe zur schönen neuen mobilen Welt sind vielfältig und teilweise in stärkerer "Bewegung" als die Anwendungen selbst: Laufend kommen neue wundersame Dinge hinzu. Was heute machbar und sinnvoll ist, morgen vielleicht kommen wird und mit welchen Trends man sich heute schon nicht mehr beschäftigen muß - davon handelt der Vortrag.

15.00 Ende der Werkstatt



Vertrieb: Lösungen für die Beratungspflichten nach der EUVerM

Moderation: Bernhard Schneider, AMC Versicherungsbörse

13. April
9.00 – 16.30 Uhr
Raum Apollo

In der Werkstatt werden technische und inhaltliche Lösungsansätze für die Implementierung der Beratungs- und Protokollierungspflichten im Versicherungsvertrieb dargestellt und diskutiert. Angesichts der weitreichenden Bedeutung der neuen Bestimmungen sind in die Vertriebsprozesse integrierte Verfahren notwendig, die umfassend, systemgestützt und wenig zeitintensiv darstellbar sind. Dadurch könnte eine Initialzündung für eine grössere Effizienz der Vertriebs- und vertriebsnahen Prozesse generell entstehen.

09.00 Einführung und Überblick
Bernhard Schneider, AMC Versicherungsbörse

09.15 Beratungsprotokollierung und -dokumentation für Makler in intelligenten Vergleichssystemen - Ein Praxisbericht



Matthias Brauch, Softfair GmbH, Hamburg

(Nicht nur) Für Makler stellt sich die Frage, wie durch den intelligenten Einsatz von Vergleichs- bzw. Verwaltungssystemen die Kundenwünsche, der Beratungsverlauf und das passende Angebot ohne grossen Mehraufwand auch für Aussenstehende nachvollziehbar dokumentiert werden können. Die Vergleichs- und Verwaltungssysteme der softfair GmbH gehen dabei qualitativ neue Wege, die in Anwendungsbeispiele aufgezeigt werden.

10.00 Prozessoptimierung vor dem Hintergrund zunehmender Serviceansprüche im Beratungs- und Antragsprozess



Rudolf Beerden und Karsten Schmitt, id Software GmbH, Kevelaer

Der zunehmende Kostendruck in der Prozessverarbeitung zwischen Makler und VU stellt erhebliche Anforderungen an eine erweiterte IT-Unterstützung. Zusätzlich geprägt durch die Erfordernisse der "EU-Vermittlerrichtlinie" stellt die ID GmbH anhand der aiDa/Point of Service Lösung den durchgängigen und medienbruchfreien Prozess von der Beratungsdokumentation über die Tarifierung bis hin zur Online-Policierung dar.

10.45 Kaffeepause

11.15 Integration einer Dokumentations- und Protokollierungslösung in POS-Systemen für die Ausschliesslichkeit



Dr. Jan Mazac, biss GmbH, Oldenburg

Auch der Ausschließlichkeitsvermittler unterliegt den in der Vermittlerrichtlinie definierten Informations-, Beratungs- und Dokumentationspflichten. Die BISS GmbH zeigt die Unterstützungsmöglichkeiten durch das PoSS-System B-Wise anhand eines ausgewählten Workflows von der Bedarfsanalyse über regelbasierte Produktauswahl bis hin zur Antragserfassung sowie Archivierung der Informationen innerhalb eines online/offline-fähigen CRM-Systems.

12.00 Gemeinsames Mittagsbuffet

13.30 Dokumenten- und Datenmanagement im Rahmen der EUVerM



Andreas Grimm, GRAFICON GmbH & Co. KG, Lichtenau

14.15 Die Dokumentationspflicht im Spannungsfeld zwischen Vertrieb, Orga, Recht und Fachabteilung: Lösungsansätze anhand b+m ICE

Frank Gräfenorf, b+m Informatik AG, Melsdorf

In Bezug auf die Auswirkungen der Beratungs- und Dokumentationspflicht nach der EU-Vermittlerrichtlinie auf den Versicherungsvertrieb herrscht noch keine endgültige Klarheit. Es werden verschiedene Aspekte aus den Sichtweisen vom Vertrieb, der Organisation, der Rechts- und Fachabteilung erörtert und deren Konflikte diskutiert. Auf Grundlage dieser Konflikte werden Lösungsansätze mit der Software b+m ICE vorgeschlagen und zur Diskussion gestellt.

15.00 Kaffeepause

15.30 Analyse- und Beratungsprotokoll - Online und Offline



Rainer Juretzek, ANALYTICA FINANZ RESEARCH Beratungsgesellschaft mbH, Bad Homburg

Am Beispiel einer Komplettlösung für die FDK Finanzdienste Köln wird ein System zur integrierten Vertriebsunterstützung von der Bedarfsanalyse, über die Plausibilisierung und Produktempfehlung bis hin zur Dokumentation vorgestellt.

16.15 Abschlussdiskussion

16.30 Ende der Werkstatt

vincent
macht es mir leicht !

- Ihr virtuelles Assekuranzbüro
- Verwalten Sie Ihre Daten von jedem Ort
- Schluss mit den Insellösungen !

vincent
Virtual Insurance Center
Tel.: 01805-Softfair

Anzeige:



Wiederanlage Lebensversicherungen / Aktuelle LV-Produkte

Moderation: Gerhard May, AMC Münster

09.00 Aktuelle Marktforschungsergebnisse und Werbebotschaften zur LV



Gerhard May, AMC Münster

09.30 Die aktuelle LV- und Risikosituation



Rudolf Bönsch, U. S. P.

10.00 Produktszenarien der Rückversicherer bzw. aus dem Ausland



Dr. Walter Hubel, DSP Deutsche-Senior-Partner
Jens Blohm, E+S Rück
Max Brauweiler, Swiss Re

10.45 Kaffeepause

11.15 Diskussion: Die Zukunft der Lebensversicherung



Rudolf Bönsch, U. S. P.
Alle Teilnehmer

12.00 Gemeinsames Mittagsbuffet

13.30 Gemeinschaftsprojektvorstellung: Wiederanlage bei LV-Auszahlung



Gerhard May, AMC (Moderation)
Ralf Behler, AZ Direct
Antonio Luque-Hornero, Acxiom
Helmut Rasch, maxchoice
Jürgen Werner, Cetelem Bank
Christian Heizmann, Gemplus.

14.30 Diskussion: Zielgruppenorientierte Lösungsvorschläge (Selbständige, Senioren, Frauen)



Rudolf Bönsch, U. S. P. (Moderation)
Alle Teilnehmer

15.00 Kaffeepause

15.30 Ideen zu Spezial- und Zielgruppenvertrieben für die LV

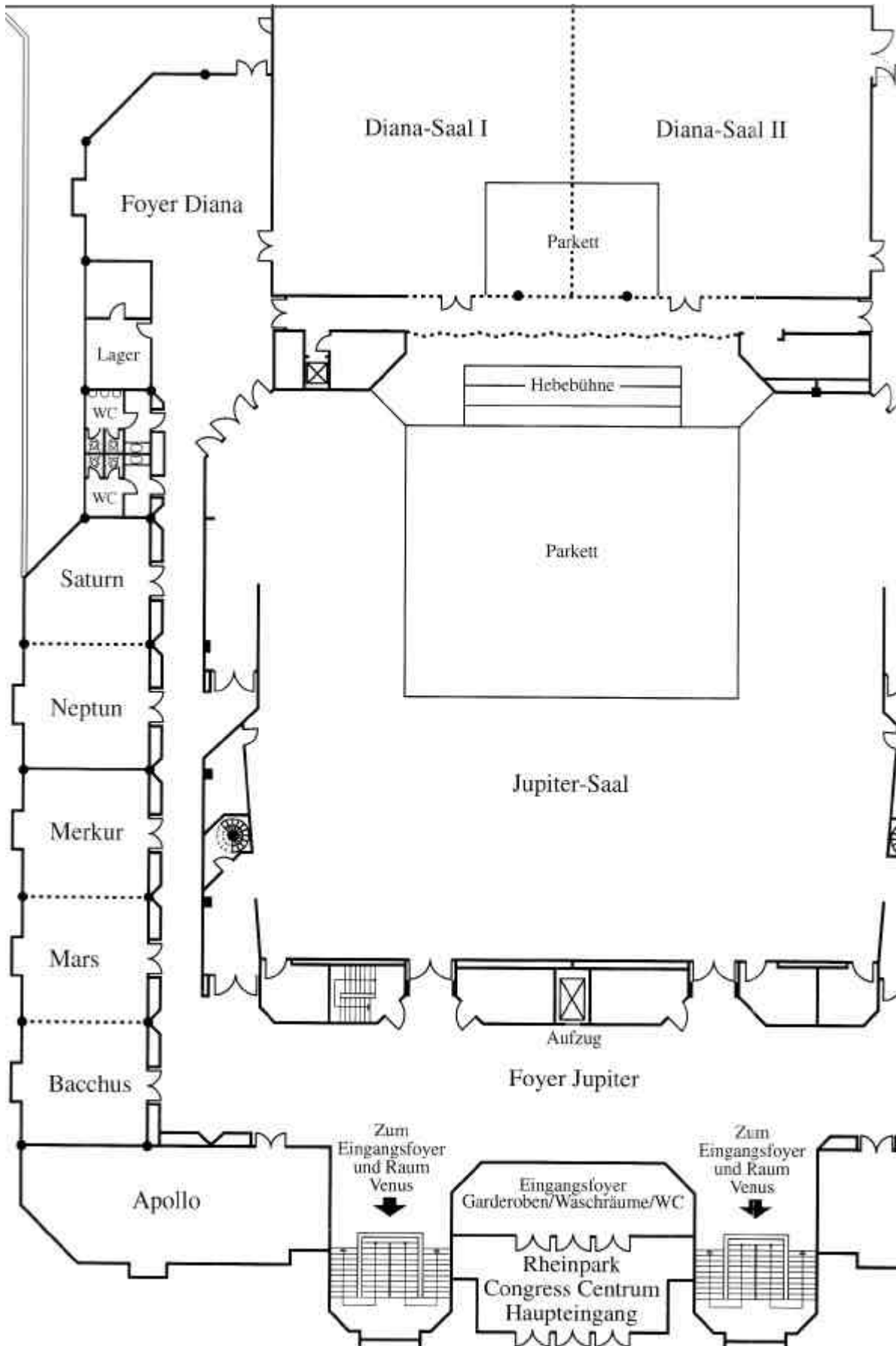


Uli Korff, PENSIONATA (Moderation)
Alle Teilnehmer

16.15 Abschlussdiskussion

16.30 Ende der Werkstatt

Raumplan



AMC-Dialogzentrum

Exklusiv für die Versicherungsbranche

12./13. April 2005, Diana Saal I

Eine neue Form der Präsentation von Produkten und Dienstleistungen für die Assekuranz. Die lösungsorientierte Information steht im Vordergrund. Nutzen Sie 45 Meeting-Points der AMC-Kooperationspartner zum Dialog!

