



Prüfung	Geprüfte/-r Fachwirt/-in für Versicherungen und Finanzen
Handlungsbereich	Vertriebsmanagement
Prüfungstag	10. Oktober 2012
Bearbeitungszeit	60 Minuten
Anzahl der Aufgaben	4
Anzahl der Anlagen	1
Prüfungsnummer	P 082-20-1012-7

Nr. d. Aufg.	Rahmenplan-Nummer/ Titel bzw. Thema	Einzelpunkte (bei a), b) usw.)	Punkte gesamt	Zeit- bedarf (in Min.)	Schwierigkeits- grad (Leicht, Mittel, Schwer)
	Ausgangssituation			2	
1	5.3	a) 12 b) 6 c) 3 d) 4	25	14	L
2	5.2	a) 7 b) 10 c) 8	25	14	M
3	5.1	a) 10 b) 15	25	14	M
4	5.4	a) 8 b) 9 c) 8	25	16	S
Gesamt			100		

Bearbeitungshinweise:

- Die zur Prüfung zugelassenen Hilfsmittel wurden Ihnen separat mit der Einladung mitgeteilt.
- Sie erhalten einen Aufgaben- und einen Lösungsteil.
- Tragen Sie auf dem Deckblatt Ihre Prüfungsteilnehmer-Nummer ein.
- Die maximale Gesamtpunktzahl der Lösungen beträgt 100 Punkte.
- Die Lösungsgänge bzw. Rechenvorgänge sind klar und nachvollziehbar im Lösungsteil darzustellen. Sollte der Platz nicht ausreichen, benutzen Sie bitte das Konzeptpapier, verweisen Sie auf die Fortsetzung und kennzeichnen Sie diese. Wir weisen darauf hin, dass eine vom Prüfungsausschuss nicht lesbare Prüfungsarbeit mit der Note „ungenügend“ (null Punkte) bewertet wird mit den Rechtsfolgen, die sich aus der Prüfungsordnung ergeben.
- Verwenden Sie für jede Aufgabe ein neues Lösungsblatt bzw. eine neue Lösungsseite.
- Falls die Lösung auf einem beigefügten Anlageblatt erfolgen soll, wird in der Aufgabenstellung darauf hingewiesen.
- Für Ihre Notizen benutzen Sie bitte ausschließlich das Konzeptpapier.
- Das Konzeptpapier ist mit dem Aufgaben- und dem Lösungsteil abzugeben.
- Bei Aufgaben, die eine Aufzählung von n-Fakten zur Lösung erfordern, werden nur die ersten n-Fakten gewertet. Alle darüber hinausgehenden Aufzählungen werden gestrichen.

Hinweise für den Korrektor:

- Die folgenden Lösungen sind lediglich Lösungshinweise und keine Musterlösungen.
- Sie sollen nur den Rahmen der zu erwartenden Prüfungsleistung abstecken.
- Der Korrektor ist durch die hier aufgeführten Lösungshinweise in seinem Bewertungsspielraum nicht eingeengt.
- Bei Aufgaben, die eine Aufzählung von n-Fakten zur Lösung erfordern, werden nur die ersten n-Fakten gewertet. Alle darüber hinausgehenden Aufzählungen werden gestrichen.
- Bei Berechnungen sollen Folgefehler berücksichtigt werden und somit nicht zum Punktabzug führen.
- Der leichten Lesbarkeit wegen geben wir in den Aufgaben/Texten der männlichen Form den Vorzug. Mit diesem einfacheren sprachlichen Ausdruck sind selbstverständlich immer Männer und Frauen gemeint.

Ausgangssituation zu allen Aufgaben:

Da die Zufriedenheit der Außendienstmitarbeiter in einer branchenübergreifenden Studie in der PROXIMUS Versicherung AG mit unterdurchschnittlich gemessen wurde, beschließt der Vorstand, dem entgegenzuwirken. So wurden der gesamte Innendienst, die Vertriebspartner und die Bezirksdirektionen aufgefordert, Verbesserungsvorschläge einzureichen.

Aufgabe 1: (25 Punkte)

Im Zuge der Verbesserungsmaßnahmen sollen zum einen der vertriebliche Innendienstservice für die Verkäufer sowie die Kundenbindung verbessert werden.

- a) Erläutern Sie drei mögliche Maßnahmen zur Verbesserung des vertrieblichen Innendienstservices für die Verkäufer. (12 Punkte)
- b) Erläutern Sie den Aspekt der Kundenzufriedenheit im Rahmen der Kundenbindung und stellen Sie eine konkrete Maßnahme zur Messung der Kundenzufriedenheit dar. (6 Punkte)
- c) Beschreiben Sie den Begriff Kundenrückgewinnungsaktion und treffen Sie eine begründete Aussage zum Erfolg derartiger Aktionen. (3 Punkte)
- d) Erläutern Sie zwei Ansatzpunkte, um Kündigungen durch den Kunden im Vorfeld zu vermeiden. (4 Punkte)

Lösungshinweise Aufgabe 1:

(RP: 5.3)

- a) Z. B.:
- Erstellung von zeitaufwendigen Angeboten:
 - Datenerhebung durch Vermittler vor Ort
 - Übermittlung an Servicestelle
 - ausgearbeitetes Angebot mit notwendigen Informationen per E-Mail an Verkäufer
 - aufbereitetes Aktionsmaterial für Bestandsarbeit:
 - Bestandsselektion durch Servicestelle
 - Erstellung personalisierter Angebote
 - Versand an Verkäufer auf Datenträger
 - Unterstützung in der Verkaufsvorbereitung:
 - Servicestelle beschafft und vervollständigt Personen- und Vertragsinformation.
 - Servicestelle sorgt für Verkaufsflyer und Verkaufshilfen.
 - Ausstattung der Verkäufer mit Informationen und Verkaufsförderungsmaterial
- (12 Punkte)
- b) Die Kundenzufriedenheit ist eine wichtige Voraussetzung der Kundenbindung. Unzufriedene Kunden bleiben in der Regel dem Unternehmen nicht auf Dauer treu. Deshalb ist die Kundenzufriedenheit eine Mindestvoraussetzung (Hygienefaktor) für die Kundenbindung.

Maßnahmen, z. B.:

- Kundenbefragungen in den Vertriebsbereichen (intern oder extern), mögliche Inhalte: Stichprobenbefragungen zur Beratungsqualität, zur Betreuung durch die Agentur, zur Verständlichkeit der Informationen usw.
 - Beschwerdemanagement, Messung der Häufigkeit von Beschwerden mit entsprechender Auswertung
- (6 Punkte)
- c) Kundenrückgewinnungsaktionen haben Kündigungsrücknahmen durch Kunden zum Inhalt.
- Z. B.: Sie sind häufig nur zu einem geringen Prozentsatz erfolgreich, weil der Kunde seine Entscheidung schon vor längerer Zeit getroffen hat und ggf. bereits zu einem anderen Anbieter gewechselt ist.
- (3 Punkte)
- d) Z. B.:
- Schulung des Verkaufsverhaltens einzelner Verkäufer
 - Betreuungsintensität einzelner Verkäufer verbessern
 - Produkte und Tarife marktgerecht gestalten
 - Schaden- und Leistungsregulierung kundengerechter gestalten
 - Kundengesamtsicht berücksichtigen
- (4 Punkte)

Aufgabe 2: (25 Punkte)

Aufgrund einer Initiative der Bezirksdirektionen wird auch das Vergütungssystem der PROXIMUS Versicherung AG überprüft. Das Projekt „Vertriebliche Vergütungs- und Anreizsysteme (VERTAN)“, in dem Sie Projektmitglied sind, soll dem Vorstand im nächsten Lenkungsausschuss erste Änderungsansätze präsentieren.

- a) Erläutern Sie den Unterschied zwischen
- materiellen Anreizen und
 - immateriellen Anreizen
- und nennen Sie jeweils zwei Beispiele.
- (7 Punkte)
- b) Stellen Sie die fünf Stufen der „Maslowschen Bedürfnispyramide“ dar. Nutzen Sie für Ihre Lösung die Anlage 1.
- (10 Punkte)
- c) Erläutern Sie anhand von zwei selbst gewählten Stufen der Maslowschen Bedürfnispyramide jeweils einen konkreten immateriellen Motivationsansatz für die Vertriebspartner.
- (8 Punkte)

Lösungshinweise Aufgabe 2:

(RP: 5.2)

a)

materielle Anreize
Mehrung des Vermögens/Einkommens
objektiver Wert
direkt messbar

immaterielle Anreize
keine Mehrung des Vermögens
subjektiver Wert
wirken i. d. R. nur innerhalb des Unternehmens als tatsächlicher Anreiz

(3 Punkte)

Materielle Anreize, z. B.:

- Geld
- Dienstwagen
- Incentives
- Bonifikationen
- Betriebliche Altersversorgung

Immaterielle Anreize, z. B.:

- Titel
- Beförderungen
- Clubzugehörigkeiten
- Einladungen zu Veranstaltungen
- Ranking der Bezirksdirektionen
- Teamwettbewerbe

(4 Punkte)

- b)
1. Stufe: Physiologische Grundbedürfnisse (z. B. Essen, Trinken, Schlafen, usw.)
 2. Stufe: Sicherheit
 3. Stufe: Soziale Beziehungen
 4. Stufe: Soziale Anerkennung
 5. Stufe: Selbstverwirklichung

(10 Punkte)

c) Z. B.:

- Sicherheit:
Ein Wettbewerb wird so gestaltet, dass die besten Vermittler eine Garantie auf eine vertriebliche Zusammenarbeit auf die nächsten zwei Jahre erhalten (also auch für Zeiten, in denen das Geschäft ggf. nicht gut läuft).
- Soziale Anerkennung:
Ab einer bestimmten Größenordnung an vermitteltem Geschäft erhalten die Mitarbeiter der Bezirksdirektion den Titel „Generalagent“ und heben sich so von ihren Mitstreitern ab.

(8 Punkte)