



Detaillierte Modulbeschreibung:

CAS FH in Versicherungsvertrieb

Modul 1: Überblick Versicherungsvertrieb

In diesem Modul sollen die wichtigsten Herausforderungen für den Versicherungsvertrieb thematisiert werden. Zudem soll klar werden, dass der Versicherungsvertrieb in der Schweiz nur wenig vergleichbar ist mit dem Ausland.

Dauer 1 ½ Tage

Dozierender Dr. Beat Kropf
Aktuelle Tätigkeit: CEO TransPerform Consulting GmbH

Lerninhalte

- Charakteristiken des Versicherungsvertriebes
- Vergleich Versicherungsvertrieb Schweiz versus Ausland, warum Unterschiede?
- Zahlenübersicht: Marktanteile, Anzahl Neugeschäfte, Anzahl Ausbauten, Mutationen
- Unterschiede Vertrieb Leben, Nichtleben, Krankenversicherung, Firmenkunden
- Referat Regionenleiter/Vertriebsleiter: Herausforderungen Versicherungsvertrieb heute
- Referat Generalagent Leben: Wie kommt eine reine Lebenorganisation an Kunden?
- Referat Generalagent Nichtleben: Wie sieht die Zukunft eines Nichtlebenberaters aus?



Modul 2: Funktionsweise des Agenturvertriebs

Dieses Modul liefert eine detaillierte Grundlage für das umfassende Verstehen und Funktionieren des Agenturvertriebs.

Dauer 2 Tage

Dozierender Reto Kägi
Aktuelle Tätigkeit: Schulleitung Versicherung AKAD

Lerninhalte

- Überblick Strukturen und Organisationsformen (Regiegeneralagentur / Unternehmergeneralagentur, Verkaufsleiter, Spezialistentätigkeit (Vorsorgespezialist, etc.), Innendienst)
- Überblick Entlohnungssystem für einen Berater (Zusammensetzung Neugeschäft, Bestandesgeschäft)
- Funktion Verkaufsleiter (Kongruenz Aufgaben und Salärssystem)
- Kostenrechnung für Rentabilität eines Beraters
- Kostenrechnung auf Ebene Generalagentur
- Verkaufsplanung auf Stufe Verkäufer (Neugeschäft, Ausbauten, Anzahl Kontakte)
- Referat Verkaufsleiter: wie führe ich Mitarbeiter und im speziellen neue Mitarbeiter zum Erfolg?
- Referat erfolgreicher Verkäufer: wie gelingt es mir, mehr Geschäfte abzuschliessen als anderen? Welche Probleme begegnen mir in meiner täglichen Arbeit? Was treibt mich an?
- Referat Generalagent: wie ist eine Generalagentur strukturiert? Was sind die Erfolgsfaktoren und wo liegen die grössten Probleme?



Modul 3: Neue Vertriebskanäle wie Wefox und andere Start-ups

Vertriebs-Start Ups haben in der Presse eine grosse Beachtung gefunden. In diesem Modul wird nachgefragt, ob diesen oder ähnlichen Start Ups die Zukunft gehört oder ob sie eine Randerscheinung bleiben.

Dauer 2 Tage

Dozierender Dr. Beat Kropf
Aktuelle Tätigkeit: CEO TransPerform Consulting GmbH

Lerninhalte

- Chancen, Stossrichtung und Erfolgsfaktoren für neue Vertriebskanäle
- Präsentation von Start Up 1 mit anschliessender Diskussion
- Präsentation von Start Up 2 mit anschliessender Diskussion



Modul 4: Online-Vertrieb

Im Zentrum stehen nicht die IT-Fragen oder die Prozessabläufe, sondern das zentralste Vertriebsthema der Versicherungswirtschaft: wie können Kunden gewonnen werden (Steuerbarkeit). Ebenfalls ein wichtiges Element ist die Frage der Kosten und der Rentabilität.

Dauer 2 Tage

Dozierende Melinda Mejia
Aktuelle Tätigkeit: Lt. Market Management, Mobiliar

Lerninhalte

- Zukunftsaussichten für den Online-Vertrieb und Ist-Situation in der Versicherungswirtschaft
- Unterschiede im Online-Vertrieb zwischen verschiedenen Produkten und dem Vertrieb von Versicherungsprodukten
- Referat von Smile-Verantwortlichem: Erfolgsfaktoren und Probleme eines Online-Vertriebs
- Marketingaktivitäten bei einem Online-Vertrieb und die entsprechenden Kosten
- Neukundengewinnung und Bestandesausbau und –betreuung im Online-Vertrieb



Modul 5: Vertriebskooperationen

Vertriebskooperationen sind ein Instrument im Versicherungsvertrieb um an neue Kundensegmente heranzukommen. Im Modul werden erfolgreiche Kooperationen vorgestellt und die Erfolgsfaktoren thematisiert.

Dauer 2 Tag

Dozierender Markus Jutzeler
Aktuelle Tätigkeit: Key Account Manager Kooperationen,
AXA

Lerninhalte

- Vorstellen von erfolgreichen Vertriebskooperationen, inkl. Referate zu verschiedenen Kooperationen
- Analyse der Erfolgsfaktoren von Vertriebskooperationen
- Bedeutung und Einfluss von Vertriebskooperationen auf bestehende Vertriebskanäle



Modul 6: Grundlagen für das Funktionieren eines Omnichannel-Managements

In diesem Modul werden die wichtigsten Elemente des Omnichannel-Management dargestellt und eine möglichst optimale Abstimmung dieser einzelnen Elemente konkret erarbeitet. Dabei wird insbesondere die bestehende Konkurrenzsituation der einzelnen Kanäle thematisiert.

Dauer 2 Tage

Dozierender Dr. Beat Kropf
Aktuelle Tätigkeit: CEO TransPerform Consulting GmbH

Lerninhalte

- Elemente und Problemfelder einer Omnichannel-Management
- Vertiefung CRM als eines der wichtigen Elemente im Omnichannel-Management
- Fallstudie: Aufbau eines funktionierenden Omnichannel-Management
- Referat zu CRM: realer Einsatz und Einsatzmöglichkeit von CRM-Kampagnen
- Referat eines Verantwortlichen im Bereich Omnichannel-Management



Modul: Wissenschaftliches Arbeiten

Die Teilnehmenden erhalten einen Einblick in das wissenschaftliche Arbeiten. Anhand der Semesterarbeit analysieren sie mögliche Vorgehensweisen für Themenwahl, Formulierung einer Fragestellung, Literaturrecherche sowie das Schreiben der Arbeit.

Dauer Ca. 1 Tag

Dozierender Yves Schuster
Aktuelle Tätigkeit: wissenschaftlicher Mitarbeiter Kalaidos
Fachhochschule

Lerninhalte

- Das Modul bietet den Studierenden die Gelegenheit, auf eigenen Ideen und Erfahrungen aufzubauen und diese entsprechend den vermittelten wissenschaftlichen Anforderungen in eine Transferarbeit umzusetzen.
- Einführung in die Lernleistungen im Rahmen des CAS
- Transferarbeit: Schärfung des Themas, Tipps und Tricks zum Schreiben der Transferarbeit, Formale Anforderungen
- Literaturrecherche und Arbeit mit Fachliteratur
- Zitieren und Referenzieren