

4. Welle

Erfolgsfaktoren im Finanzvertrieb 2010

- *Frühbucherangebot* -

Zufriedenheit, Motivation und Bindung in Finanzvertriebsgesellschaften

Ansprechpartner

Dr. Oliver Gaedeke
T +49 221 42061-364
Sven Mittrach
T +49 221 42061-576
www.psychonomics.de

Dr. Thomas Bittner
T +49 221 42061 0
www.psychonomics-advisory.de

psychonomics
advisory

You
Gov **Psychonomics**

What the world thinks

Eckdaten zur Untersuchung

Stichprobe und Methodik

- ▶ Hauptberufliche Vermittler bei Finanzvertrieben
- ▶ Schwerpunkt im Privatkundengeschäft
- ▶ Zufallsstichprobe aus recherchierten bzw. von den Gesellschaften zur Verfügung gestellten Kontakten

Zeitplan

- ▶ Befragungszeitraum: März 2010
- ▶ Versand der Berichte: Ende April 2010

Was die Studie leistet

- ▶ Analyse Status Quo (Vermittlerzufriedenheit und -bindung, Vermittlerunterstützung, Innendienstleistungen, Karrierechancen, Mitarbeitergewinnung, Aus- und Weiterbildung)
- ▶ Identifikation von Stärken und Handlungsfeldern
- ▶ Identifikation von Stellhebeln zur Steigerung der Vermittlerzufriedenheit und -bindung

Untersuchte Gesellschaften



Bonnfinanz



Deutsche Vermögensberatung



Ihr Nutzen

- ▶ Aktuelle Stimmung der eigenen Vermittler
- ▶ Position der eigenen Gesellschaft im Benchmark-Vergleich
- ▶ Identifikation von Handlungsfeldern zur Optimierung der Vertriebspartnerbeziehung
- ▶ Anpassungsmöglichkeiten an individuelle Gegebenheiten Ihrer Gesellschaft durch Exklusivfragen, Zusatzstichproben und Subgruppen-Analysen

Teil A: Inhalte der Befragung

1. Vermittlerbindung

- ▶ Gesamtzufriedenheit
- ▶ Passive Bindung (Treue, Abwanderungsüberlegungen)
- ▶ aktive Bindung (spezifischer Vorteil des Versicherers, Weiterempfehlung unter Vertreterkollegen)

2. Produkte, Image und Service

- ▶ Generelle Produktqualität, Image, Kunden-Serviceleistungen, Internetauftritt, Geschäftsbereich als Image-Instrument

3. Vermittlerunterstützung

- ▶ Beurteilung der Vermittlerunterstützung und -betreuung, Entscheidungsfreiheit, Beratungskonzept, Marketing-Unterstützung, Qualität der angebotenen Verkaufs- und Beratungsinstrumente

4. Innendienstleistungen

- ▶ Zuverlässigkeit und Fehlerfreiheit, Fachkompetenz, Erreichbarkeit, Schnelligkeit der Bearbeitung von Anliegen

5. Aus- und Weiterbildung

- ▶ Qualität des Schulungs- und Qualifizierungsangebots, Produktschulungen, Schulungen zum Geschäftsaufbau, Schulungen zu IT und Technik
- ▶ Ausbildung für Berufseinsteiger, Ausbildung zur Mitarbeiterführung, fachliche Ausbildung, verkäuferische Ausbildung

6. Mitarbeitergewinnung

- ▶ Beurteilung der Vielfalt und Qualität der Instrumente zur Mitarbeitergewinnung, Unterstützung und Wertschätzung bei der Mitarbeitergewinnung

7. Software und EDV-Unterstützung

- ▶ Angebotssoftware, Bestandsverwaltungssoftware, Beratungsoftware, Finanzberater-Intranet, IT-Unterstützung bei der Mitarbeiterführung

8. Vergütung, Karriere und Motivation

- ▶ Nachvollziehbarkeit und Höhe der Provisionen, Wettbewerbe und Incentives
- ▶ Persönliche und generelle Aufstiegsmöglichkeiten, Anzahl Karrierestufen und aktuelle persönliche Situation, Motivation im Finanzvertrieb und in der Gemeinschaft

9. Vermittlungstätigkeit und Vertriebssteuerung

- ▶ Häufigkeit und Dauer von Kundenberatungen, Anzahl der vermittelten Verträge, Spartenspezialisierung, Höhe des Neukundengeschäfts

10. Soziodemographie

Teil B: Inhalte der Befragung

Vermittelte Gesellschaften nach Sparten

- ▶ Lebens- und Rentenversicherungen
- ▶ Kompositversicherungen
- ▶ Krankenversicherungen
- ▶ Fonds- und Kapitalanlageprodukte

Beurteilung von Lebensversicherern

- ▶ Gesamtzufriedenheit
- ▶ Spezifische Vorteile der Gesellschaften
- ▶ Wettbewerbsfähigkeit der Produkte
- ▶ Kundenservice
- ▶ Vertriebsunterstützung

Beurteilung von Schadenversicherern

- ▶ Gesamtzufriedenheit
- ▶ Spezifische Vorteile der Gesellschaften
- ▶ Wettbewerbsfähigkeit der Produkte
- ▶ Kundenservice
- ▶ Vertriebsunterstützung

Beurteilung von Krankenversicherern

- ▶ Gesamtzufriedenheit
- ▶ Spezifische Vorteile der Gesellschaften
- ▶ Wettbewerbsfähigkeit der Produkte
- ▶ Kundenservice
- ▶ Vertriebsunterstützung

Beurteilung von Fondsgesellschaften

- ▶ Gesamtzufriedenheit
- ▶ Spezifische Vorteile der Gesellschaften
- ▶ Wettbewerbsfähigkeit der Produkte
- ▶ Kundenservice
- ▶ Vertriebsunterstützung

Soziodemographie

- ▶ Alter, Geschlecht, Ausbildung, höchster Bildungsabschluss, Status
- ▶ Dauer der Vermittlertätigkeit, Dauer der Tätigkeit bei der Gesellschaft
- ▶ Eigene Bestandsgröße, Anzahl Betreuung Privat- und Firmenkunden

Teil B: Erfasste Produktgeber

In 2009 erfasste Produktgeber (Studienteil B)

Leben und Renten	Komposit	Kranken	Fonds- und Kapital

Anmerkung: Nur Produktgeber, die von den befragten Vermittlern mindestens 10 Mal genannt wurden

Anmeldung zum Workshop
„Erfolgsfaktoren im Finanzvertrieb 2010“
FAX-Nr.: 0221 - 42061-100 z. H. von Herrn Sven Mittrach

Hiermit melde ich mich verbindlich zum **Workshop bei YouGovPsychonomics (Köln) am Donnerstag, den 18.02.2010, ca. 13:00 bis 16:00 Uhr** an (kostenlos für Frühbucher und Interessenten)

Ich werde (bitte ankreuzen)

- alleine
- mit _____ weiteren Personen erscheinen.

Der Workshop dient der Diskussion und Abstimmung der Studieninhalte.

Bitte beachten: der Workshop kommt nur bei ausreichender Teilnehmerzahl zustande!

Name, Vorname:	_____	Telefon:	_____
Unternehmen:	_____	FAX:	_____
Funktion, Abteilung:	_____	E-Mail:	_____
Straße:	_____		
PLZ, Ort:	_____	Unterschrift:	_____

Studienbestellung per FAX an YouGovPsychonomics : +49 (0) 221 420 61 - 100 z. H. von Herrn Sven Mittrach

Hiermit bestelle ich verbindlich (bitte ankreuzen)

Preise zzgl. MwSt.

Frühbucherpreis (bis 06.02.2010)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Die komplette Studie inklusive der Studienteile A und B | <input type="checkbox"/> 5.900 € (statt 6.900 €) |
| <input type="checkbox"/> Teil A der Studie: Beurteilung von Finanzvertrieben | <input type="checkbox"/> 4.900 € (statt 5.900 €) |
| <input type="checkbox"/> Teil B der Studie: Beurteilung von Produktgebern | <input type="checkbox"/> 1.700 € (statt 1.900 €) |

Weitere Optionen für eine Nacherhebung

Optionen für Zusatzstichprobe (spezifische Zusatzangebote erstellen wir bei Anfrage)

- | | |
|---|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> zusätzlich 50 Interviews (gesamt: n=100) | <input type="checkbox"/> 2.450 € |
| <input type="checkbox"/> zusätzlich 100 Interviews (gesamt: n=150) | <input type="checkbox"/> 3.750 € |
| <input type="checkbox"/> Schaltung von Exklusivfragen für den eigenen Vertrieb (maximal ca. 10 Zusatzfragen) | je Frage 450 € |

Kontaktdaten

Name:	Unternehmen:	Anschrift
E-Mail:	Telefon:	Telefax:
Ort, Datum	Unterschrift	