



## 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 Lebensorganisation 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 Stefan Böni  
Aktuelle Tätigkeit: Regionaldirektor SWICA

### 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 Salärsystem)
- 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 1 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 Aniello Lena  
Aktuelle Tätigkeit: Leiter Distribution Vorsorge, CSS

#### 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 Jean-Marie Nievergeld  
Aktuelle Tätigkeit: Head of Claims & Projectmanager, TONI Digital

### 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 basic und advanced**

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.

Das Modul Wissenschaftliches Arbeiten basic fokussiert die Erstellung einer literarischen Seminararbeit. Das Modul Wissenschaftliches Arbeiten advanced fokussiert die Erstellung einer empirischen Arbeit.

Dauer: individuell

Durchführung: Kalaidos Fachhochschule