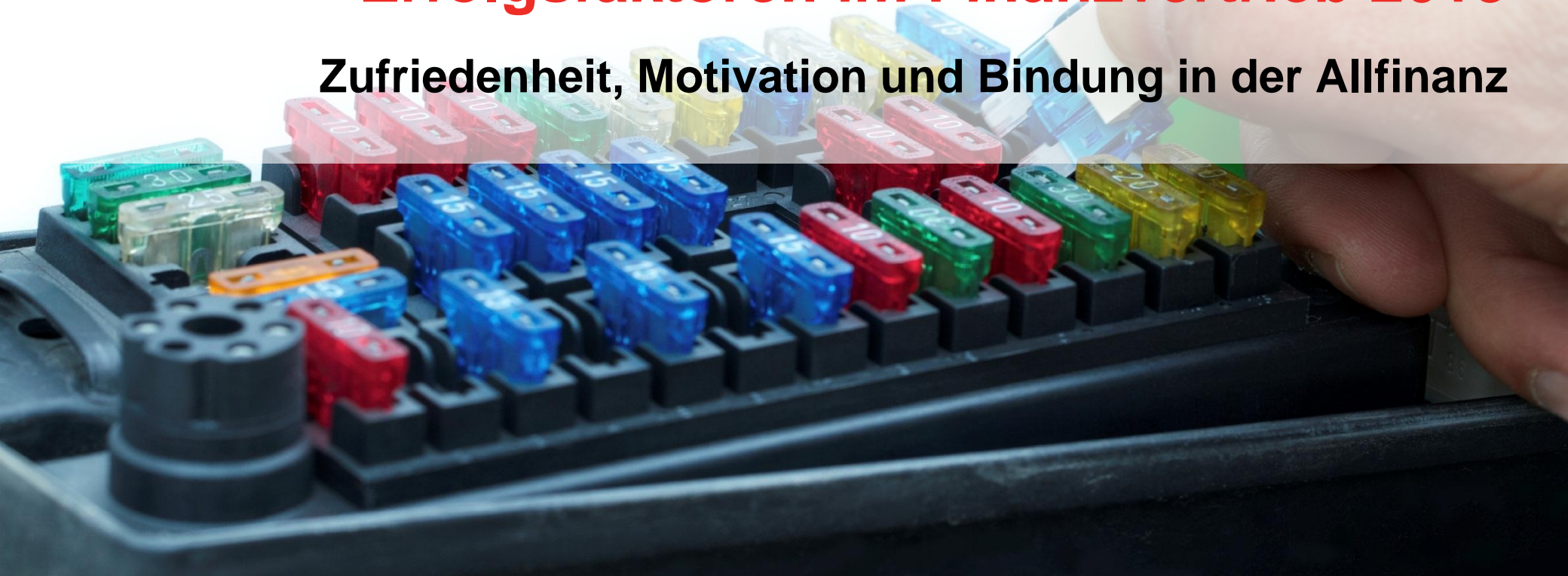


7. Welle

Erfolgsfaktoren im Finanzvertrieb 2013

Zufriedenheit, Motivation und Bindung in der Allfinanz



Schärfen Sie Ihren Blick.



Vermittler der größten Allfinanzvertriebe...

Wo steht Ihre Gesellschaft?

...beurteilen mehr als 60 Leistungsaspekte ihrer Gesellschaft...

Wo liegen Ihre Stärken, wo Ihre Schwächen und wer macht es am besten?

...sowie die am häufigsten vermittelten Produktgeber...

Haben Sie die richtigen Produktpartner?

...und das seit 7 Jahren!

Welche Trends und Strategien verfolgt die Allfinanz?

Verfeinern Sie Ihre Vertriebssteuerung.

Ergänzen Sie Ihre Vertriebssteuerung durch...

... Relevanzanalysen

>> Identifikation der wichtigsten Handlungsfelder und der größten Stärken

... Benchmark-Vergleiche

>> Best-Practice-Impulse aus der Branche

... Einbindung eigener Stammdaten (Regionen, Vermittlerklassifizierung, ...)

>> Berücksichtigung individueller Kennzahlen und vertiefende Analysen

... Schalten von Exklusivfragen

>> Ergebnisse zu speziellen unternehmensinternen Themen

>> Geringere Rekrutierungs- und Fluktuationskosten durch hohe Vermittlerbindung

>> Positive Außendarstellung des Unternehmens durch zufriedene Vermittler

>> Wachstum durch Empfehlungen



Das Studiendesign

Zielgruppe

Hauptberufliche Vermittler bei Allfinanzvertrieben mit Schwerpunkt im Privatkundengeschäft

Methode und Zeitplan

computergestützte Telefoninterviews (CATI)

Dauer ca. 25 Min.

Fragebogenabstimmung: bis Ende März

Erhebungszeitraum: jährlich, April

Ergebnisse: Ende Mai

Stichprobe

Zufallsstichprobe aus recherchierten bzw. bereitgestellten Kontakten bis zu 50 Interviews pro Vertrieb; Aufstockung möglich

Ergebnisbericht

Beurteilung der Finanzvertriebe: 130 Seiten (PDF und PPT)

Beurteilung der Produktgeber: 60 Seiten (PDF und PPT)

Untersuchte Gesellschaften



Bonnfinanz



- 50 Fälle im Studienpreis inbegriffen!
- Ergebnisse zu insgesamt über 100 Fragen!
- Berücksichtigung von spezifischen Strukturdaten möglich!

* bzw. Swiss Life Select

Inhalt

Beurteilung der Finanzvertriebe (Teil A)

Vermittlerzufriedenheit und -bindung

Gesamtzufriedenheit, Treue, Abwanderungsresistenz, Weiterempfehlungsbereitschaft, Vorteilhaftigkeit

Produkte, Image und Service

Generelle Produktqualität, Image, Kunden-Serviceleistungen, Internetauftritt, Geschäftsbericht als Image-Instrument

Vermittlerunterstützung und -betreuung

Vermittlerunterstützung insgesamt, Entscheidungsfreiheit, Beratungskonzept, Marketing-Unterstützung, Qualität der Verkaufs- und Beratungsinstrumente

Innendienstleistungen

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

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

Mitarbeitergewinnung

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

Software- und EDV-Unterstützung

Angebotssoftware, Bestandsverwaltungssoftware, Beratungssoftware, Finanzberater-Intranet, IT-Unterstützung bei der Mitarbeiterführung

Vergütung, Karriere, 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

Vermittlungstätigkeit und Vertriebssteuerung

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

Soziodemografie

- Schalten Sie bis zu 10 zusätzliche Fragen an Ihre Vermittler
- Schalten Sie exklusive Fragen an alle Gesellschaften (ab 2013)



Welche Produktgeber passen zu Ihnen?

Beurteilung der Produktgeber (Teil B)

Vermittelte Produktgeber nach Sparten

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

Beurteilungsdimensionen der Produktgeber (Standard Fragenset)

Gesamtzufriedenheit, Wettbewerbsfähigkeit der Produkte, Kundenservice, Vertriebsunterstützung für die Produktgeber der jeweiligen Sparten

In 2013 beurteilte Produktgeber (vorliegende Benchmark-Werte zu Standard-Dimensionen)



Studienbestellung per FAX an YouGov: +49 (0) 221 420 61 - 100 z. H. von Peter Mannott

Hiermit bestelle ich verbindlich (bitte ankreuzen)

	Preise
<input type="checkbox"/> Die komplette Studie (Beurteilung der Finanzvertriebe und der Produktgeber)	<input type="checkbox"/> 6.900 €
<input type="checkbox"/> Nur Beurteilung von Finanzvertrieben	<input type="checkbox"/> 5.900 €
<input type="checkbox"/> Nur Beurteilung der Produktgeber	<input type="checkbox"/> 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
------------	--------------

bitte stimmen Sie per ankreuzen den Vertragsbedingungen zu

Mit unserer Bestellung akzeptieren wir die AGB ([Download als pdf](#)) und die Regelungen zu Mehrbezieherstudien (vgl. nächste Seite).



Nutzungsrechte von YouGov-Mehrbezieherstudien

Bitte beachten Sie unsere Eigentumsrechte

- Diese Studie sowie alle einzelnen Studienergebnisse sind Eigentum der YouGov AG.
- Studienbezieher ist nur eine unternehmensinterne Verwendung der Studienergebnisse gestattet. Die Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.
 - Einzelne Ergebnisse dürfen ohne Rücksprache mit YouGov den Außendienstmitarbeitern (Ausschließlichkeitsvertrieb) des eigenen Unternehmens zur Verfügung gestellt werden. Dies gilt auch z. B. für Vertriebsmitarbeiter in kooperierenden Sparkassen. Dabei wird nicht die komplette Studie weitergeleitet, sondern Auszüge oder Einzelergebnisse.
- Veröffentlichungen in der Presse sind auszugsweise möglich, bedürfen aber auf jeden Fall der textlichen Zustimmung durch die YouGov AG.
 - Die Veröffentlichung eigener gesellschaftsbezogener Ergebnisse ist u. U. möglich (Fallzahlen beachten!), Wettbewerberergebnisse sind von einer Veröffentlichung ausgeschlossen.
 - Veröffentlichungen erfolgen grundsätzlich unter der Angabe der Quelle (Studienname, YouGov als Hrsg., ggf. öffentlich genannte Unterstützer und Jahr).
- Bei der Veröffentlichung einzelner Ergebnisse, z. B. eigener gesellschaftsbezogener Ergebnisse unterstützen wir Sie gerne.
- Bitte wenden Sie sich hierzu an den Studienleiter.

Ihre Ansprechpartner



Dr. Oliver Gaedeke
Member of Management Board

T +49 221 42061-364

F +49 221 42061-100

oliver.gaedeke@yougov.de



Peter Mannott
Consultant

T +49 221 42061-370

F +49 221 42061-100

Peter.Mannott@yougov.de

