

4. Welle

Erfolgsfaktoren im Finanzvertrieb 2010

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

Untersuchte Gesellschaften



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

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, Geschäftsbericht 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
- ▶ Wettbewerbsfähigkeit der Produkte
- ▶ Kundenservice
- ▶ Vertriebsunterstützung

Beurteilung von Schadenversicherern

- ▶ Gesamtzufriedenheit
- ▶ Wettbewerbsfähigkeit der Produkte
- ▶ Kundenservice
- ▶ Vertriebsunterstützung

Beurteilung von Krankenversicherern

- ▶ Gesamtzufriedenheit
- ▶ Wettbewerbsfähigkeit der Produkte
- ▶ Kundenservice
- ▶ Vertriebsunterstützung

Beurteilung von Fondsgesellschaften

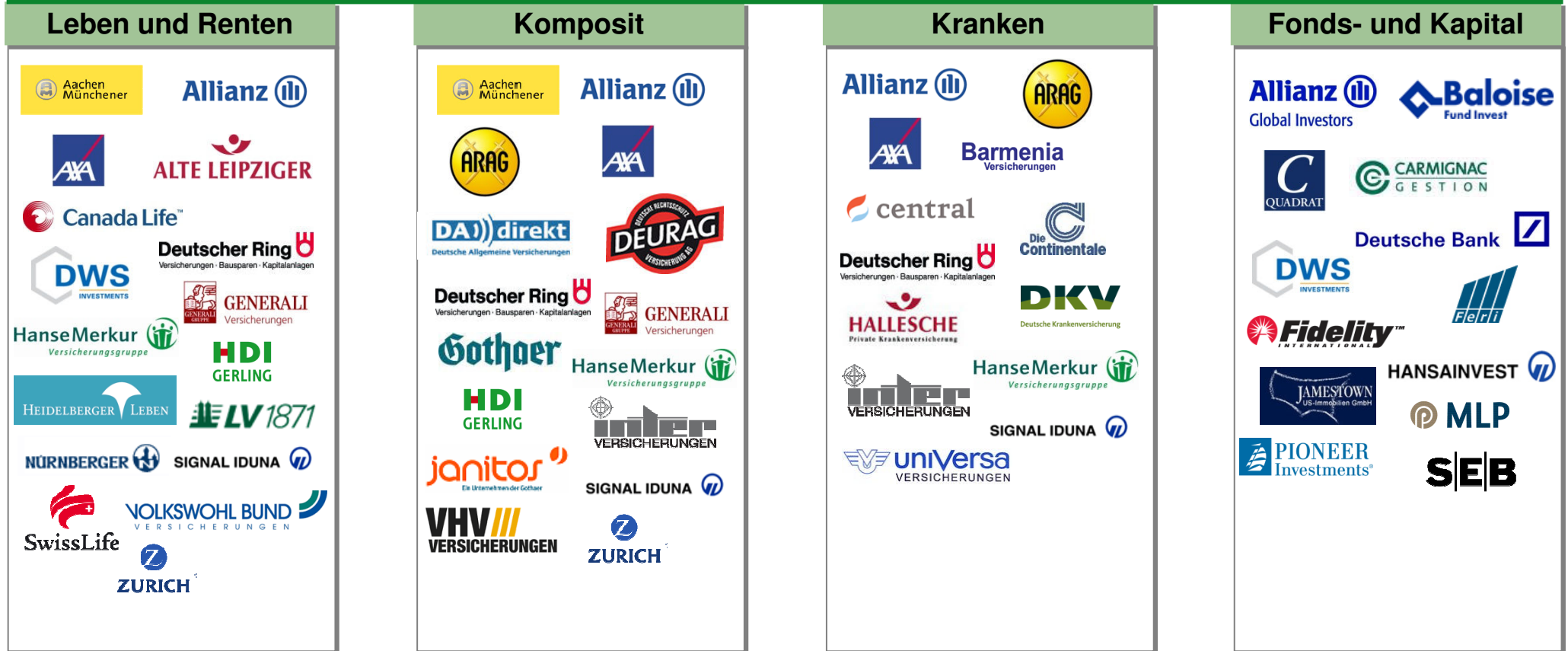
- ▶ Gesamtzufriedenheit
- ▶ Wettbewerbsfähigkeit der Produkte
- ▶ Kundenservice
- ▶ Vertriebsunterstützung

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 2010 erfasste Produktgeber (Studienteil B)



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

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.

	Preise
<input type="checkbox"/> Die komplette Studie inklusive der Studienteile A und B	<input type="checkbox"/> 6.900 €
<input type="checkbox"/> Teil A der Studie: Beurteilung von Finanzvertrieben	<input type="checkbox"/> 5.900 €
<input type="checkbox"/> Teil B der Studie: Beurteilung von Produktgebern	<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	