

# Wegleitung zur eidg. Abschluss- prüfung

Vertrieb und Support



Autor    Geschäftsstelle VBV  
Version    1.1  
Datum    11.5.2015

# Inhaltsverzeichnis

---

<b>1.</b>	<b>Richtziele</b>	<b>3</b>
1.1.	SGMM	3
1.2.	Vertrieb	3
1.3.	Prozesse / Veränderungsprozesse / Industrialisierung	3
1.4.	Risikopolitik / Risiko-Management / Zeichnungspolitik / Prävention	4
1.5.	Entschädigung	4
1.6.	Marktforschung / Marktbearbeitung / Portefeuillebewirtschaftung	4
1.7.	Gesprächsführung	4
<hr/>		
<b>2.</b>	<b>Prüfungsstoff</b>	<b>5</b>
<hr/>		
<b>3.</b>	<b>Prüfungsablauf</b>	<b>7</b>
<hr/>		
<b>4.</b>	<b>Prüfungsdauer</b>	<b>7</b>
<hr/>		
<b>5.</b>	<b>Hilfsmittel</b>	<b>7</b>

# 1 Richtziele

## 1.1 SGMM / Trends

- Der Kandidat / die Kandidatin kennt die Inhalte einer Geschäftsstrategie. Er / sie kennt die Unterschiede zwischen normativem, strategischem und operativem Vorgehen.
- Der Kandidat / die Kandidatin kann die Geschäftsstrategie seiner/ihrer Unternehmung in eigenen Worten beschreiben.
- Der Kandidat / die Kandidatin kennt die Ziele einer Geschäftsstrategie
- Der Kandidat / die Kandidatin kennt aktuelle Trends und Herausforderungen in der Versicherungswirtschaft anhand aktueller Studien.
- Der Kandidat / die Kandidatin kennt die aktuellen rechtlichen Rahmenbedingungen, Regulatorien und Aufsichtsbehörden, welche das Versicherungsgeschäft beeinflussen und prägen.

## 1.2 Vertrieb

- Der Kandidat / die Kandidatin weiss, wie die Unternehmensziele auf die Vertriebsziele herunter gebrochen werden (top down), bzw. kann diese koordinieren (bottom up).
- Der Kandidat / die Kandidatin kann Vertriebsziele in den unterschiedlichen Kanälen formulieren und kennt verschiedene Möglichkeiten des Zusammenspiels dieser.
- Der Kandidat / die Kandidatin weiss, wie die Möglichkeiten der verschiedenen Absatzkanäle mit den Erwartungen des Kunden in Einklang gebracht werden können.
- Der Kandidat / die Kandidatin kann Methoden und Instrumentarien entwickeln, um den Markt systematisch zu beobachten. Er kann im Marktumfeld Veränderungen von Vertriebsprozessen erkennen und bewerten.
- Der Kandidat / die Kandidatin kann die Tendenzen im Marktumfeld antizipieren und sich mit verschiedenen Szenarien auseinandersetzen.
- Der Kandidat / die Kandidatin kann die Vertriebsprozesse laufend dem Marktumfeld anpassen und deren Wirtschaftlichkeit fortlaufend überprüfen. Er / sie kann Neuerungen implementieren und Verkaufsstrukturen anpassen.
- Der Kandidat / die Kandidatin kennt umfassende Leistungsstrategien (Produkte und Dienstleistungen und erweiterte Serviceleistungen) für ein Portefeuille.
- Der Kandidat / die Kandidatin kann auf einer Leistungsstrategie für ein Portefeuille systematisch und zeitgerecht Lösungen erarbeiten, um den Erwartungen und Perspektiven des Kunden zu entsprechen.
- Der Kandidat / die Kandidatin kann die Gliederung der Vertriebskosten und die Vertriebsbudget erklären.
- Der Kandidat / die Kandidatin kann die Aufgaben des Vertriebscontrollings beschreiben.

## 1.3 Prozesse / Veränderungsprozesse / Industrialisierung

- Der Kandidat / die Kandidatin kennt die Auswirkungen der Industrialisierung auf die Strategie und kennt die aktuellen Trends. Er / sie weiss, wie Ressourcen, Marktanforderungen und Kernkompetenzen berücksichtigt werden.
- Der Kandidat / die Kandidatin kennt die Prozessdarstellungsformen und Qualitätssicherungsmodelle. Er / sie kann die Prozessplanung, Prozessorganisation und Prozessoptimierung des eigenen Unternehmens darstellen und aktuelle Trends aufzeigen.
- Der Kandidat / die Kandidatin weiss, wie markt-, zeit- und benutzergerechte Prozesse implementiert und periodisch geprüft werden.
- Der Kandidat / die Kandidatin kennt die Unterschiede zwischen Kern- und Supportprozessen innerhalb der Wertekette.

- Der Kandidat / die Kandidatin kann verschiedene Sourcingstrategien erklären, Beispiele nennen und zuordnen.
- Der Kandidat / die Kandidatin kann die Tendenzen im Marktumfeld antizipieren, indem er/sie sich mit verschiedensten Szenarien bezüglich der Gestaltung der Prozesse auseinandersetzt (In-, Out- und Cosourcing).
- Der Kandidat / die Kandidatin kann die Entwicklung der digitalen Transformation für die Versicherungswirtschaft aufzeigen.

## **1.4 Risikopolitik / Risiko-Management / Zeichnungspolitik / Prävention**

- Der Kandidat / die Kandidatin kann die Risikopolitik (Risikomanagement, Anlagepolitik, Zeichnungspolitik) des eigenen Unternehmens in der Theorie einordnen.
- Der Kandidat / die Kandidatin kann die Zeichnungspolitik seiner/ihrer Unternehmung in eigenen Worten beschreiben.
- Der Kandidat / die Kandidatin weiss, wie Instrumentarien für die laufende Überprüfung der Einhaltung der Zeichnungspolitik entwickelt werden.
- Der Kandidat / die Kandidatin weiss Bescheid über die laufende richtige Messung des Rendements eines Portefeuilles aufgrund der Zeichnungspolitik.
- Der Kandidat / die Kandidatin kann beschreiben, wie aufgrund der Rendement-Analyse konkrete Massnahmen abgeleitet werden.
- Der Kandidat / die Kandidatin weiss, wie ein aktives Risiko-Management zur Erreichung der Ziele der Zeichnungspolitik eingesetzt wird.
- Der Kandidat / die Kandidatin kann Massnahmen zur Risikominimierung einsetzen.
- Der Kandidat / die Kandidatin kennt die Möglichkeiten und Massnahmen einer aktiven Portefeuille- und Kundenpflege.
- Der Kandidat / die Kandidatin kann Risiken umfassend analysieren und Verkaufschancen erkennen.
- Der Kandidat / die Kandidatin kann über das gesamte Portefeuille und über einzelnen Kunden Massnahmen korrekt ableiten.
- Der Kandidat / die Kandidatin kann Präventionsmassnahmen entwickeln.

## **1.5 Entschädigung**

- Der Kandidat / die Kandidatin kann relevante Einflüsse der Komponenten des Entlohnungssystems beschreiben.
- Der Kandidat / die Kandidatin kann aufgrund der Einflussfaktoren des Entlohnungssystems die Qualität des Portefeuilles erfolgreich steuern.

## **1.6 Marktforschung / Marktbearbeitung / Portefeuillebewirtschaftung**

- Der Kandidat / die Kandidatin kann die Erwartungen seiner / ihrer Kunden genau analysieren. Dabei unterstützt er /sie die Entwicklung und Implementierung von Versicherungs- und Dienstleistungslösungen.
- Der Kandidat / die Kandidatin kann die Qualität einer Kundenbeziehung sowohl im Einzelnen als auch bezüglich des Gesamtergebnisses fachgerecht beurteilen.
- Der Kandidat / die Kandidatin kann Methoden und Instrumentarien entwickeln, um den Markt systematisch zu beobachten.
- Der Kandidat / die Kandidatin kann konkrete Marktbearbeitungsmethoden und Kundenstammmarketing-Massnahmen ableiten, sowie Elemente der Portefeuillepflege definieren.

## 1.7 Gesprächsführung

- Der Kandidat kennt die Grundlagen der Gesprächsführung (wie Elemente der Gesprächsführung, Inhalts- und Beziehungsebene, Bewusstsein und Unterbewusstsein, die wahren und sachlichen Kundenbedürfnisse, Kundennutzen, Fragetechnik, Risiko- und Versicherungspolitik, Szenarien entwerfen).

# 2 Prüfungsstoff

**Taxonomiestufe**  
(Erläuterung siehe  
Wegleitung allgemeiner Teil)

## 2.1 Das St. Galler Managementmodell 2 - 6

- System Unternehmen
- Unternehmensumwelt
- Geschäftsstrategien
- SWOT-Analyse / Ziele
- Managementprozesse
  - Normativ
  - Strategisch
  - Operativ
- Unternehmensverbindungen
- Kommunikation

## 2.2 Vertrieb 2 - 6

- Trends und Tendenzen
- Märkte
- Ressourcen
- Kompetenzen
- Vertriebsziele
- Wertekette

## 2.3 Veränderungsprozesse in der Assekuranz 4 - 6

- Kern-/Supportprozesse
- Superindustrialisierung (In-/Out- und Cosourcing)
- Multichannel
- Multiaccess
- Neue gesetzliche Rahmenbedingungen
- Digitale Transformation
- Neue Kundenbedürfnisse

## 2.4 Zeichnungspolitik 2 - 6

- Risikobeurteilung
- Vertragsgestaltung
- Risikogestaltung
- Ablehnung von Risiken
- Überwachung
- Prävention

- 2.5 Risiko-Management** **3 - 6**
- Risiko-Management Prozess
    - Risiko vermeiden
    - Risiko vermindern
    - Risiko überwälzen
    - Risiko selbst tragen
  - Chancen und Gefahren
  - Präventionsmassnahmen
- 2.6 Entschädigung** **3 - 5**
- Systeme und Instrumente der Entlöhnung
  - Die verschiedenen Arten von Provisionen
- 2.7 Marktforschung / Marktbearbeitung /  
Portefeuillebewirtschaftung** **3 - 6**
- Marktforschung
  - Vertriebsprozesse
  - Situationsanalyse der Marktbearbeitung
  - Verkaufsziele
  - Gestaltung der Verkaufskontakte
  - Verkaufsplanung (Eigen- und Fremdvertrieb)
  - Sekundäre Verkaufsplanung
  - Budgetplanung und Controlling
  - Leistungsstrategien
- 2.8 Die Gesprächsführung** **3 - 6**
- Grundlagen der Gesprächsführung
    - Menschliche Voraussetzungen
    - Verkaufskontakte herstellen
    - Gespräch mit Kunden
    - Nachbereitung
  - Psychologie (bewusst/unbewusst, wahre und sachliche Kundenbedürfnisse, Kundennutzen)
  - Kundenbedürfnisse (Maslow)
  - Fragetechniken

## 3 Prüfungsablauf

### Schriftliche Prüfung:

Lösen von praxisbezogenen Aufgaben und Fallstudien, beantworten von Fragen.

### Mündliche Prüfung:

Lösen von praxisbezogenen Aufgaben und Fallstudien, beantworten von Fragen. Bewältigung berufsspezifischer Prozesse in Kontakt mit internen und externen Kunden.

Der Kandidat bekommt eine Stunde vor der Prüfung einen Fall und bereitet sich anschliessend auf die Prüfung vor. Zu Beginn der mündlichen Prüfung präsentiert er seine Lösungsansätze (max. 10 Min, nach Ablauf von 10 Minuten wird die Präsentation von den Experten unterbrochen). Anschliessend führen mindestens zwei Experten ein Prüfungsgespräch (20 Minuten) mit dem Kandidaten. Ein Experte schreibt das Protokoll.

Im Prüfungsgespräch stellen die beiden Experten Fragen zur Präsentation sowie vertiefende und weiterführende Fragen zum Fall und auch zu weiteren Themen aus dem Prüfungsstoff.

## 4 Prüfungsdauer

**Schriftliche Prüfung:** 240 Minuten

**Mündliche Prüfung:** 30 Minuten (nach 60 Minuten Vorbereitung)

## 5 Hilfsmittel

### Schriftliche Prüfung:

- „Open Book“-Prüfung. Es sind sämtliche Hilfsmittel in Papierform (Bücher, Gesetzestexte, Ausbildungsunterlagen, persönliche Notizen usw.) zugelassen.
- Nicht zugelassen sind elektronische Hilfsmittel jeglicher Art, mit Ausnahme eines nicht programmierbaren Taschenrechners (ohne Textspeicherfunktion oder Internet-Fähigkeit) mit Grundfunktionen.
- Für Hilfsmittel gilt, dass sie nur von einem Kandidaten benützt werden.

