



Februar 2025

PRODUKTKATALOG

IDD E-Training

pinktum.com

PINKTUM

Die IDD-E-Learnings* von PINKTUM bieten speziell für Banken und Versicherungen angepassten Premium Content mit einem hohen Maß an Interaktivität.

IDD steht für Insurance Distribution Directive und ist eine Richtlinie, die seit 2018 für Banken und Versicherungen gilt. Die IDD-Richtlinie regelt unter anderem eine vorgeschriebene Weiterbildung für Personen, die in der Banken- und Versicherungsbranche vermittelnd tätig sind. Wir möchten alle Unternehmen aus der Banken- und Versicherungsbranche dabei bestmöglich und unkompliziert unterstützen. Als ein führender Anbieter für die digitale betriebliche Weiterbildung bietet PINKTUM bereits über 40 eigene E-Learnings basierend auf den IDD-Richtlinien* an.

- Über 40 interaktive E-Learnings speziell für Banken und Versicherungen angepasst
- Basierend auf IDD-Richtlinien* konzipiert und produziert
- Überzeugender Premium Content mit nachhaltigem Lerneffekt
- Authentische und realistische Spielszenen in den E-Learnings
- Regelmäßige Qualitätssicherung und Maßnahmenchecks mit externer Beratung
- Individuelle Auswahl von notwendigen IDD-E-Learnings aus der Online-Bibliothek
- Digital sowie 24/7 verfügbar
- Ohne Risiko ausprobieren – mit unserem kostenlosen Testzugang

Rechtlicher Hinweis

*Die IDD-E-Learnings von PINKTUM durchlaufen eine hohe Qualitätssicherung mit externer Beratung. Trotz einheitlicher IDD-Richtlinien gibt es leider keine staatliche Zertifizierungsstelle, die eine IDD-Konformität bestätigt. Die angebotenen IDD-Trainings von PINKTUM basieren bestmöglich auf IDD-Richtlinien und Rahmenbedingungen. PINKTUM kann jedoch nicht garantieren, dass die E-Learnings als den Richtlinien entsprechend anerkannt werden. PINKTUM kann daher keine Haftung für die IDD-Konformität übernehmen. Ansprüche, die sich auf eine fehlende Anerkennung und fehlende IDD-Konformität richten, sind ausgeschlossen.



Inhaltsverzeichnis

Develop Yourself

Achtsamkeit und Gesundheit

Mental Health im Versicherungsunternehmen: Bessere psychische... 4

Motivation und Persönlichkeitsentwicklung

Ideen im Versicherungsunternehmen kundenorientiert umsetzen – ... 5

Unternehmerisch denken, kundenzentriert handeln: Entscheidungen... 6

Künstliche Intelligenz im Versicherungswesen – Selbstsicher und... 7

Zeit- und Selbstmanagement

Versicherungs-kundinnen und kunden aus dem Home-office betreuer 8

Kreativität und Problemlösung

Problemlösung im Versicherungsunternehmen – Von der Analyse... 9

Inhaltsverzeichnis

Develop Others

Führung und Management

| | |
|---|----|
| Onboarding im Versicherungsunternehmen: Strategien für gelunge... | 10 |
| Fehlerkultur in Versicherungsunternehmen – Konstruktiv und kun... | 11 |
| In der Versicherungswirtschaft mit Lob und Anerkennung führen | 12 |
| Fluktuation aktiv senken – Zufriedene Teams für die kundenorien... | 13 |
| Bindungskräfte entfalten – Leistungsstarke Teams für die kunde... | 14 |
| Lean Management in Versicherungsunternehmen – Grundlagen für... | 15 |
| Lean Management in Versicherungsunternehmen – Kundenfokus... | 16 |
| Kommunikation in virtuellen Versicherungsteams – Gemeinsam... | 17 |
| Change Management – Veränderungsprozesse im Versicherung... | 18 |
| Versicherungsmitarbeitende im Homeoffice führen und motivieren... | 19 |
| Coaching in der Versicherungsarbeit – Mitarbeitende im kundenori... | 20 |
| Vielfältige Rollen, gemeinsamer Erfolg – Kundenzentrierte Zusam... | 21 |
| Agile Führung – Mitarbeitende bei Herausforderungen der moder... | 22 |
| Aufgaben im Versicherungs-unternehmen delegieren | 23 |
| Phasen der Teamentwicklung im Versicherungswesen – Gemein... | 24 |
| Kundenzentrierte Teamarbeit in der Versicherungsbranche entwick... | 25 |

Kommunikation und Interaktion

| | |
|---|----|
| Feedback geben für eine bessere Zusammenarbeit mit Ihren Ver... | 26 |
| Die sechs Strategien der Konfliktlösung: Konflikte im Ver... | 27 |
| Effektiv mit Versicherungskundinnen und -kunden telefonieren | 28 |
| Kunden-orientierte Argumentation mit der Fünf-satz-technik – Ver... | 29 |
| Versicherungskundschaft überzeugend und kundenorientiert berat... | 30 |
| Souverän und kunden-zentriert präsentieren in der Versicherungs... | 31 |
| Online kundenzentriert präsentieren in der Versicherungswirtschaft | 32 |
| Kundenorientierte Meetings in der Versicherungsberatung mod... | 33 |
| Online-Meetings mit Versicherungskundinnen und -kunden mod... | 34 |
| Grundlagen der kundenorientierten Kommunikation nach Schulz... | 35 |
| Kundenorientierte Ansprache in der Versicherungsberatung durch... | 36 |
| Wertschätzend und kundenorientiert kommunizieren in der Ver... | 37 |
| So funktioniert kundenorientierte Kommunikation in der Ver... | 38 |
| Fragetechniken zur Ermittlung der Bedürfnisse von Ver... | 39 |
| Bedarfsgerechte Kommunikation mit unterschiedlichen Ver... | 40 |

Diversität, Inklusion und gesellschaftliche Verantwor- tung

| | |
|--|----|
| Nachhaltigkeit im Versicherungsunternehmen – sozial, ökonomisch... | 41 |
| Unconscious Bias und Vorurteile abbauen – Versicherungskundin... | 42 |
| Interkulturelle Kommunikation im Versicherungsteam – Gemein... | 43 |

Inhaltsverzeichnis

Develop the Business

Analyse und Entscheidungsfindung

Kundenorientierte Entscheidungen in der Versicherungswirtschaft... 44

Strategie und Planung

Eine Lernkultur im Versicherungs-unternehmen etablieren – für mehr. 45

Innovations- und Technologie-Management

Big Data und Künstliche Intelligenz in der Versicherungswirtschaft 46

Digitalisierung verstehen und für die Kundenberatung in der Ver... 47

Vertrieb und Marketing

Strategischer Vertrieb in der Versicherungswirtschaft – Kundinnen... 48

Strategischer Vertrieb in der Versicherungswirtschaft – Schlüs... 49

Strategischer Vertrieb in der Versicherungswirtschaft – Kunden... 50

Die Bedarfe von Kundinnen und Kunden in der Versiche-rungs... 51

Wertschätzende Beziehungen in der Beratung von Ver... 52

Die Nutzen-argumentation in der Beratung von Versi-cherungs... 53

Einwände von Versicherungskundinnen und -kunden mit bedarfs... 54

Kundenberatungen in der Versicherungswirtschaft erfolgreich ab... 55

Online-Verhandlungen mit Versicherungskundschaft professionell... 56

Professionell und kunden--orientiert verhandeln in der Ver-sicherungs... 57

Customer Centricity in der Versicherungsberatung – Kundinnen und... 58

Kundenberatungen in der Versicherungswirtschaft erfolgreich initi... 59

Mental Health im Versicherungsunternehmen: Bessere psychische Gesundheit für mehr Kun-



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 50 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Den Stellenwert von Mental Health im Versicherungsunternehmen kennen
- Den Einfluss des Führungsstils auf die psychische Gesundheit der Mitarbeitenden verstehen, um das Versicherungsteam wertschätzend und ohne Druck zu guten Leistungen für die Versicherungskundschaft anzuleiten
- Organisatorische Rahmenbedingungen zur Förderung psychischer Gesundheit im Versicherungsunternehmen kennen und schaffen können
- Als Führungskraft die eigene psychische Gesundheit schützen, um der Führungsverantwortung im Versicherungsvertrieb langfristig gerecht werden zu können

Zielgruppe

Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Ideen im Versicherungsunternehmen kundentorientiert umsetzen – wie aus Absichten Tat-



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 45 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Realistische, motivierende Ziele für Vermittlung und Beratung fassen
- Handlungsschritte zur Zielerreichung in der Versicherungsbranche planen
- Bei der Durchführung zielführender Handlungen diszipliniert bleiben
- Ergebnis der Handlung für Versicherung und Versicherungskundschaft konstruktiv analysieren

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken; Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Unternehmerisch denken, kundenzentriert handeln: Entscheidungen treffen im Ver-



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 80 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Verstehen, dass ein Handeln und Denken im Sinne des Versicherungsunternehmens auch den Versicherungsmitarbeitenden selbst zugutekommt
- Die Perspektive des Versicherungsunternehmens, die Perspektive der Versicherungskund:innen und die eigene Perspektive produktiv in Einklang bringen
- Verantwortung für die eigenen Rollen und Entscheidungen im Versicherungskontext annehmen
- Wohlüberlegt und selbstbestimmt Entscheidungen im Versicherungskontext treffen
- Konstruktiv mit Fehlentscheidungen im Versicherungskontext umgehen

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken; Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Künstliche Intelligenz im Versicherungswe- sen – Selbstsicher und kundenzentriert ins



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 50 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Den wachsenden Einfluss von KI auf die Arbeitswelt und die eigene Tätigkeit in der Beratung und Betreuung von Versicherungskundschaft erkennen und akzeptieren
- Die eigene Resilienz stärken, um souverän und optimistisch auf bevorstehende Veränderungen zugehen zu können und die Versicherungskundschaft dabei nicht aus dem Blick zu verlieren
- Herausforderungen in Change-Prozessen im eigenen Versicherungsbereich identifizieren und Taktiken beherrschen, um mit ihnen umzugehen
- Über den eigenen Purpose in der Versicherungsberatung reflektieren und mit aktivem Job Crafting die eigene berufliche Tätigkeit danach ausrichten

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken; Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Versicherungs-kundinnen und kunden aus dem Home-office betreuen



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 50 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Die größten Herausforderungen im Homeoffice kennen und bewältigen
- Die Zeit im Homeoffice effektiv nutzen, um auch von zuhause aus eine hohe Qualität der Beratung der Versicherungskundschaft sicherzustellen
- Den Arbeitsplatz im Homeoffice ergonomisch und ablenkungsarm gestalten, um ein konzentriertes Arbeiten und somit einen fokussierten, zielführenden Austausch mit den Versicherungskund:innen zu ermöglichen
- Sich selbst motivieren, um den Versicherungskund:innen unabhängig vom Arbeitsort eine fachkundige Beratung bieten zu können

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken; Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Problemlösung im Versicherungsunternehmen – Von der Analyse bis zur Kunde-



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Den Begriff „Problem“ einordnen können
- Den idealtypischen Prozess der Problemlösung kennen, um Probleme in der Versicherungsarbeit effizient und kundenorientiert angehen zu können
- Methoden der Problemanalyse anwenden
- Lösungen im Interesse der Versicherungskund:innen finden
- Die Umsetzung von Lösungen als oft langwierigen Prozess verstehen

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken; Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Onboarding im Versicherungsunternehmen: Strategien für gelungenes Einarbeiten



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 50 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Neue Versicherungsmitarbeitende bereits vor Arbeitsbeginn ins Unternehmen integrieren, um einen reibungslosen und produktiven Start in die Versicherungsarbeit vorzubereiten
- Den ersten Arbeitstag so gestalten, dass sich die neuen Versicherungsvermittler:innen schnell in ihre neuen Aufgaben und ihre Kundenverantwortung einfinden können
- Die ersten Wochen begleiten und für Orientierung sowie eine bestmögliche fachliche Einarbeitung sorgen
- Die langfristige Integration ins Versicherungsunternehmen unterstützen

Zielgruppe

Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Fehlerkultur in Versicherungsunternehmen – Konstruktiv und kundenorientiert mit Fehlern



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 70 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Merkmale, Arten und mögliche Vorteile von Fehlern kennen
- Verstehen, wie sich die Konzepte der Blame Culture und Just Culture unterscheiden und welche Effekte eine positive Fehlerkultur im Versicherungsunternehmen hat
- Begreifen, was eine positive Fehlerkultur ausmacht und wie sie je nach Kontext der Organisation andere Fehlerstrategien umfasst
- Nützliche Methoden der Fehlerprävention und des Fehlermanagements kennen und im Versicherungsunternehmen einsetzen
- Als Team aus Fehlern lernen und daran wachsen können, um die Qualität der Kundenberatung kontinuierlich sicherzustellen und zu verbessern

Zielgruppe

Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

In der Versicherungswirtschaft mit Lob und Anerkennung führen



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 50 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Mehr Wertschätzung in den Arbeitsalltag im eigenen Versicherungsunternehmen zu integrieren
- Gegenüber Versicherungskund:innen und Angestellten eine wertschätzende Haltung einzunehmen
- Kritik wertschätzend zu kommunizieren
- Authentisch zu sein
- Sich selbst gegenüber wertschätzend zu sein

Zielgruppe

Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Fluktuation aktiv senken – Zufriedene Teams für die kundenorientierte Versicherungsber-



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Verstehen, welche Arten der Fluktuation es gibt und welche Gründe Mitarbeitende zum Gehen veranlassen
- Stellen sinnvoll besetzen, Mitarbeitende gut einarbeiten, ihr Wohlbefinden im Blick behalten und Warnzeichen erkennen, um eine hohe Qualität der Beratung von Versicherungskund:innen durch ein zufriedenes, leistungsbereites Team sicherstellen zu
- Anreize für Mitarbeitende im Versicherungsunternehmen kennen und entsprechende Leistungen bieten
- Mitarbeitende im Sinne einer langfristig gewinnbringenden, kundenorientierten Arbeitsatmosphäre individuell fördern und motivieren
- Dem Arbeiten Sinn geben sowie die Vision und Mission des Versicherungsunternehmens vorleben und mitgestalten lassen
- Mitarbeitende angemessen verabschieden und die Weichen für ein mögliches Wiedersehen stellen

Zielgruppe

Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Bindungskräfte entfalten – Leistungsstarke Teams für die kundenorientierte Ver-



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 70 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Die wirtschaftliche, strategische und menschliche Notwendigkeit von Kohäsion in der Versicherungsbranche verstehen
- Die zentrale Rolle von Führungskompetenz für die Mitarbeiterbindung im Versicherungsunternehmen anerkennen
- Herausstellen, worauf es den Mitarbeitenden ankommt, damit sie sich gebunden fühlen und dadurch eine hohe Qualität der Kundenberatung leisten können
- Den Mitarbeitenden den Stolz auf die Ergebnisse der eigenen Beratungsarbeit ermöglichen sowie Karriereperspektiven sichern, die im Sinne der Mitarbeitenden als auch der Kund:innen sind
- Im eigenen Team einen wertschätzenden Umgang sowie ehrliches Lob und Anerkennung etablieren
- Eine gemeinsame kundenzentrierte Unternehmensvision formulieren und in die Menschen in Ihrem Versicherungsunternehmen, nicht nur deren Funktion, investieren
- Begreifen, dass zu viel Bindung zu Konformität und Gruppendenken führen kann, wodurch Neuerungen für eine langfristig erfolgreiche Kundenberatung erschwert werden könnten

Zielgruppe

Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Lean Management in Versicherungsunternehmen – Grundlagen für mehr Kunden-



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 50 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Die Charakteristika von Lean Management und dessen Vorteile für Versicherungsunternehmen und die eigenen Versicherungskund:innen kennenlernen
- Die sieben Arten der Verschwendung kennen, künftig identifizieren und vermeiden können
- Mit Hilfe der Lean-Techniken Wertstromanalyse, 5S und Problemlösung die Prozesse im Versicherungsunternehmen optimieren, um eine bestmögliche Kundenberatung gewährleisten zu können
- Schneller und effizienter produzieren bzw. arbeiten mit den Werkzeugen OEE, SMED und Poka Yoke
- Den PDCA-Zyklus verinnerlichen und bei der Betreuung von Versicherungskundinnen und -kunden anwenden

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken ; Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Lean Management in Versicherungsunternehmen – Kundenfokus für Fortgeschritt-



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 50 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Die Feinde des Lean Management kennen und sie umgehen lernen
- Mitarbeitende in Versicherungsunternehmen motivieren, Lean-Prozesse aktiv mitzugestalten, um Prozesse zu optimieren und den Kundenfokus zu schärfen
- Das Zusammenspiel aus Signal und Auftrag sinnvoll für Versicherungskund:innen und für das eigene Unternehmen gestalten
- Den bestehenden Wertstrom für eine bessere Betreuung der Versicherungskund:innen optimieren

Zielgruppe

Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Kommunikation in virtuellen Versicherungsteams – Gemeinsam kundenzentriert han-



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 50 Minuten anrechenbare Bildungszeit

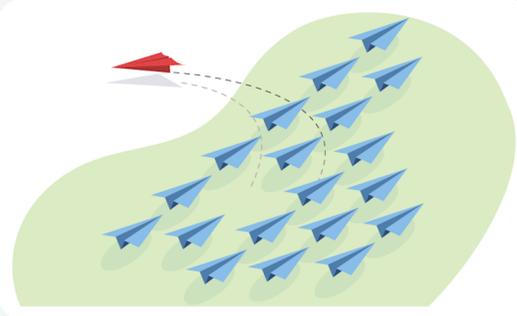
Lernziele

- Digitale Medien für eine effektive Kommunikation im Versicherungsteam nutzen
- Die Zusammenarbeit in virtuellen Teams sinnvoll regeln, damit eine hohe Qualität der Versicherungsberatung für die Kundinnen und Kunden – unabhängig vom Ort der Teamarbeit – gewährleistet wird
- Missverständnissen vorbeugen, die durch die virtuelle Zusammenarbeit entstehen und die Versicherungsarbeit dadurch beeinträchtigen könnten
- Virtuelle Meetings im Versicherungsteam effizient leiten

Zielgruppe

Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Change Management – Veränderungsprozesse im Versicherungsunternehmen er-



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Veränderungsprozesse erfolgreich gestalten, um den Versicherungsvertrieb im Interesse der Kundschaft langfristig zu erhalten und stetig zu verbessern
- Bekannte Veränderungsmodelle kennen und auf die Veränderungsprozesse im eigenen Versicherungsunternehmen beziehen können
- Die typischen Phasen von Veränderungsprozessen kennen und erkennen können, in welcher Phase sich das eigene Versicherungsteam gerade befindet
- Konkrete Maßnahmen und Tools in den einzelnen Phasen einsetzen, sodass die Veränderungsprozesse effizient und kundenzentriert umgesetzt werden
- Mit Widerständen unter den Versicherungsmitarbeitenden umgehen können

Zielgruppe

Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Versicherungsmitarbeitende im Homeoffice führen und motivieren – Gemeinsam kunden-



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 70 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Herausforderungen beim Führen auf Distanz bewältigen, um die Qualität der Beratung von Versicherungskundschaft auch aus dem Homeoffice sicherzustellen
- Vertrauen zu Versicherungsmitarbeitenden im Homeoffice aufbauen und aufrechterhalten
- Gute Ergebnisse in der Beratung und Betreuung der Versicherungskundschaft auf Distanz sicherstellen
- Konflikte auf Distanz lösen, sodass sich die Versicherungsmitarbeitenden positiv und ohne Ablenkung ihren Versicherungskundinnen und -kunden widmen können
- Versicherungsmitarbeitende im Homeoffice weiterentwickeln
- Mitarbeitende im Homeoffice zu einem herausragenden Service für die Versicherungskundschaft motivieren

Zielgruppe

Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Coaching in der Versicherungsarbeit – Mitarbeitende im kundenorientierten Handeln



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 50 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Die Unterschiede zwischen klassischem (An-)Führen und Coachen kennen und beide Führungsstile im Kontext der Versicherungsberatung reflektieren
- Sich der Vorteile von Coaching der Mitarbeitenden in der Versicherungsarbeit bewusst sein
- Die Voraussetzungen für effektives Coaching kennen, damit die Zusammenarbeit gewinnbringend und im Interesse der Versicherungskundschaft gestaltet wird
- Wissen, in welchen Situationen Führungskräfte den Coaching-Ansatz nutzen können, um die Leistung und Entwicklung ihrer Mitarbeitenden zu begleiten
- Zentrale Coaching-Fähigkeiten aufbauen, mit denen kundenorientiertes Handeln und das Entwickeln zielführender Versicherungslösungen gefördert werden können
- Coaching-Gespräche mit dem etablierten GROW-Modell strukturieren

Zielgruppe

Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Vielfältige Rollen, gemeinsamer Erfolg – Kundenzentrierte Zusammenarbeit im Ver-



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Das Rollenmodell nach Meredith Belbin kennen
- Das Rollenmodell in der Versicherungsarbeit anwenden
- Erkennen, welche Rollen im Versicherungsteam besetzt werden müssen, um gemeinsam die bestmögliche Kundenberatung und -betreuung zu bieten
- Erkennen, welche Teammitglieder für welche Rolle im Versicherungsunternehmen geeignet sind

Zielgruppe

Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Agile Führung – Mitarbeitende bei Herausforderungen der modernen Versicherungsber-



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 50 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Verstehen, dass für agile Führung ein agiles Mindset, Skillset und Toolset nötig sind
- Die Bedeutung von Mindsets kennen und ein agiles Führungsmindset entwickeln
- Die wichtigsten Skills für agiles Führen kennen, um den Kundenkontakt nachhaltig zu verbessern
- Die wichtigsten Tools für agiles Führen kennen, um den Mitarbeitenden optimale Rahmenbedingungen für kundenorientiertes Handeln zu bieten

Zielgruppe

Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Aufgaben im Versicherungs-unternehmen delegieren



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Unterscheiden, welche Aufgaben in der Versicherungsberatung an die Mitarbeitenden delegiert werden können und welche nicht
- Delegierbare Aufgaben an die passenden Mitarbeitenden übertragen, um den Bedarf der Versicherungskund:innen optimal abzudecken
- Delegierte Aufgaben überwachen und Rückdelegation verhindern, damit Kontakte zu Versicherungskundinnen und -kunden reibungslos und effizient gestaltet werden
- Durch gezieltes Delegieren die Weiterentwicklung der Mitarbeitenden fördern

Zielgruppe

Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Phasen der Teamentwicklung im Versicherungswesen – Gemeinsam kundenzentriert



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Die vier Phasen der Teamentwicklung nach Bruce Tuckman kennen
- Den fünf Dysfunktionen eines Teams nach Patrick Lencioni entgegensteuern, um die Zusammenarbeit im Sinne einer bestmöglichen Betreuung der Versicherungskundschaft zu fördern
- Den Entwicklungsstand des eigenen Versicherungsteams einschätzen, um die Leistungsfähigkeit, Arbeitsatmosphäre und Motivation für die Versicherungsarbeit somit besser einordnen zu können
- In jeder Phase passende Führungsinstrumente einsetzen, um das Team in seiner Entwicklung zu unterstützen und die Qualität der Versicherungsberatung durch alle Phasen hindurch bestmöglich sicherzustellen
- Das Team erfolgreich durch alle vier Phasen der Teamentwicklung führen

Zielgruppe

Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Kundenzentrierte Teamarbeit in der Versicherungsbranche entwickeln



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 90 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Motivierende Teamziele gemeinsam mit den Mitarbeitenden entwickeln, um die Kundenzufriedenheit im Versicherungsbereich zu erhöhen
- Die Aufgabenverteilung im Team klar regeln, damit den Kundinnen und Kunden eine professionelle und umfassende Versicherungsberatung und -betreuung angeboten werden kann
- Zielführende Regeln für die Zusammenarbeit im Team definieren, um die Qualität der Versicherungsberatung sicherzustellen
- Eine konstruktive Kommunikation im Team fördern, um effiziente Arbeitsabläufe und eine optimale Kundeninteraktion zu unterstützen
- Vertrauen im Team aufbauen und den Zusammenhalt fördern, um ein positives und produktives Arbeitsumfeld im Versicherungsvertrieb zu schaffen

Zielgruppe

Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Feedback geben für eine bessere Zusammenarbeit mit Ihren Versicherungskund:innen



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Feedback für eine produktivere Kundenbeziehung nutzen
- Wichtige Faktoren des Feedbackgebens kennenlernen und anwenden
- Feedback erfolgreich und konstruktiv annehmen
- Kundenfeedback gezielt und gekonnt einholen, um den eigenen Blickwinkel zu erweitern
- Kritisches Feedback erfolgreich und nachhaltig wertvoll für die Kundenbeziehung formulieren

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken; Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Die sechs Strategien der Konfliktlösung: Konflikte im Versicherungswesen kundenorien-



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Die sechs wesentlichen Strategien der Konfliktlösung kennen
- Die eigene, präferierte Strategie der Konfliktlösung erkennen und erweitern
- Die Konfliktlösungsstrategien von Versicherungskund:innen, Mitarbeiter:innen oder Kolleg:innen erkennen
- „Konsens“ als beste Strategie der Konfliktlösung herbeiführen können

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken; Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Effektiv mit Versicherungskundinnen und -kunden telefonieren



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 80 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Typische Herausforderungen kennen, die beim telefonischen Kontakt mit Kundinnen und Kunden in der Versicherungswirtschaft entstehen
- Die eigene Stimme am Telefon überzeugend und authentisch einsetzen
- Telefonate mit Versicherungskundinnen und -kunden planen und vorbereiten
- Die Kundschaft professionell durch Telefongespräche führen
- Mit Beschwerdeanrufen kundenorientiert und souverän umgehen
- Rhetorische Techniken einsetzen, um die Kundinnen und Kunden von den Versicherungsangeboten zu überzeugen und kundenorientiert zu beraten

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken

Kunden-orientierte Argumentation mit der Fünf-satz-technik – Versicherungs-kundschaft



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 100 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Argumente für Versicherungslösungen mit der Fünf-satztechnik erfolgreich und kundenorientiert gestalten
- Eine wertschätzende Gesprächsatmosphäre bei Diskussionen in der Beratung von Versicherungskund:innen aufbauen
- Den situativen Einstieg in eine Diskussion souverän und kundenzentriert gestalten
- Versicherungsthemen inhaltlich sauber recherchieren und die eigenen Argumente mit Hilfe des ETHOS-Schemas einordnen
- Die eigenen Argumente individuell an den Versicherungskunden bzw. die Versicherungskundin anpassen, priorisieren und Nutzenargumente ausfindig machen
- Den eigenen Argumenten mit Beispielen, Beweisen, Referenzen und weiteren rhetorischen Mitteln mehr Gewicht verleihen
- Die Kernaussage der Argumentation mit Hilfe des Zwecksatzes zusammenfassen und zielführende Konsequenzen für die Versicherungskundinnen und -kunden daraus formulieren
- Sachliche Gegenargumente des Kunden bzw. der Kundin mit einer Konterstrategie parieren
- Verbale Angriffe mit der 4-I-Methode abwehren und die Diskussion zurück auf eine sachliche Ebene bringen, um die Versicherungskundschaft weiterhin bestmöglich beraten zu können

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken. Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Versicherungskundschaft überzeugend und kundenorientiert beraten



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Erkennen, dass der Inhalt von Argumenten allein nicht ausreicht, um Versicherungskund:innen bestmöglich beraten und überzeugen zu können
- Verstehen, dass sich eine gute Vorbereitung auf Kundengespräche positiv auf die eigene Selbstsicherheit auswirkt und der Versicherungskundschaft das Gefühl gibt, zielgerichtet und kundenorientiert beraten zu werden
- Die Regeln für eine anschauliche und verständliche Sprache erfolgreich anwenden
- Eine bildhafte Sprache nutzen, um das Kopfkino der Kundinnen und Kunden anzuregen
- Das eigene Stresslevel regulieren, um den Kund:innen in der Versicherungsberatung selbstbewusst und professionell entgegenzutreten
- Aussetzer und Blackouts souverän meistern, um den Kundenfokus und die Qualität der Versicherungsberatung im Gesprächsverlauf jederzeit aufrechtzuerhalten

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken; Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Souverän und kunden-zentriert präsentieren in der Versicherungs-wirtschaft



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 70 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Individuell, motivierend und mitreißend präsentieren können, zum Beispiel vor Versicherungskundschaft
- Die Grundlagen verbaler, nonverbaler und paraverbaler Kommunikation benennen und den Unterschied erklären können
- Eigene körpersprachliche Signale deuten und bei Präsentationen vor Versicherungskund:innen oder zu Themen rund um den Kundennutzen einsetzen können
- Das eigene Mindset bewerten und verändern können
- Methoden zur Reduktion von Lampenfieber anwenden können
- Techniken zur Bewältigung herausfordernder Situationen bei Präsentationen in der Versicherungswirtschaft kennen

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken; Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Online kundenzentriert präsentieren in der Versicherungswirtschaft



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Besonderheiten von Online-Präsentationen verstehen, um auch in Online-Settings professionell und souverän vor Versicherungskundschaft oder zu Themen rund um den Kundennutzen präsentieren zu können
- Grundlegende Funktionsweisen der gängigen Tools kennen
- Sich optimal und kundenzentriert auf Online-Präsentationen in der Versicherungswirtschaft vorbereiten
- Den Technik-Check erfolgreich durchführen, damit die Technik bei der Präsentation reibungslos läuft
- Unterschiedliche Medien effektiv in Online-Präsentationen einsetzen können
- Methoden kennen, mit denen sich online die Aufmerksamkeit und Konzentration der Versicherungskundinnen und -kunden, bzw. des Publikums, halten lassen

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken; Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Kundenorientierte Meetings in der Versicherungsberatung moderieren



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 50 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Die Bedeutung kundenorientierter Meetings für eine gelungene Interaktion mit Kundinnen und Kunden kennen
- Meetingformen und -phasen kennen
- Einen kundenorientierten Umgang mit Missverständnissen pflegen
- Meetings mit Versicherungskund:innen optimal eröffnen und durchführen
- Kundenorientierte Meetings mit Versicherungskund:innen optimal abschließen und nachbereiten

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken; Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Online-Meetings mit Versicherungskundinnen und -kunden moderieren



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Vorteile und Herausforderungen von kundenorientierten Online-Meetings kennen
- Online-Meetings mit Versicherungskund:innen gut vorbereiten und planen
- Besondere Regeln für kundenorientierte Online-Meetings beachten
- Online-Meetings mit Versicherungskund:innen aktiv managen

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken

Grundlagen der kundenorientierten Kommunikation nach Schulz von Thun in der Ver-



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 50 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Die unterschiedlichen Ebenen der Kommunikation kennen und für die Kommunikation mit Versicherungskundinnen und -kunden nutzen
- Anhand des „Vier-Ohren-Modells“ von Friedemann Schulz von Thun erkennen, welche Botschaften der Kund:innen auf der Beziehungsebene gesendet werden
- Das eigene Hör- und Sprechverhalten kennenlernen, um in der Versicherungsberatung zielgerichteter kommunizieren zu können
- In der Lage sein, mit Versicherungskund:innen und Kolleg:innen anschlussfähig zu kommunizieren und Reibungsverluste durch missverständliches Reden und Hören zu reduzieren

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken; Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Kundenorientierte Ansprache in der Versicherungsberatung durch aktives Zuhören



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 50 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Aktives Zuhören als Methode im Beratungsgespräch mit Versicherungskund:innen einsetzen können
- Bedürfnisse des Gegenübers erkennen und eine kundenorientierte Ansprache sicherstellen
- Techniken des aktiven Zuhörens zielführend nutzen, um wichtige Informationen, zum Beispiel zum Versicherungsbedarf, zu gewinnen
- Verdeckte Botschaften wahrnehmen und thematisieren
- In der Lage sein, genau zu hören, was der Versicherungskunde bzw. die Versicherungskundin benötigt, um eine kundenorientierte Ansprache sicherzustellen

Zielgruppe

Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten; Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken

Wertschätzend und kundenorientiert kommunizieren in der Versicherungsbranche



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 50 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Sich selbst und das persönliche Kommunikationsverhalten gegenüber Versicherungskundinnen und -kunden besser einschätzen können
- Durch richtige Vorbereitung in der Lage sein, wertschätzend und kundenorientiert zu kommunizieren
- Fähig sein, die eigene Sichtweise für Versicherungskundinnen und -kunden nachvollziehbar darzustellen
- Die verschiedenen Arten von Ich-Botschaften kennen und für einen konstruktiven Dialog einsetzen
- Sich empathisch und wertschätzend mit den Bedürfnissen der Versicherungskund:innen auseinandersetzen

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken; Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

So funktioniert kundenorientierte Kommunikation in der Versicherungswirtschaft



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 50 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Komplexe kommunikative Prozesse verstehen
- Gespräche mit Versicherungskund:innen strukturiert, zielorientiert und aktiv führen
- Durch das Verständnis der fünf Axiome nach Watzlawick Missverständnisse in der Kundenberatung und -betreuung vermeiden oder zumindest reduzieren
- Bewusst und zielführend mit Versicherungskundinnen und -kunden kommunizieren
- In der Lage sein, anschlussfähig und kundenorientiert zu kommunizieren und Reibungsverluste durch missverständliches Reden und Hören zu reduzieren

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken; Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Fragetechniken zur Ermittlung der Bedürfnisse von Versicherungskundinnen und



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 50 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Gespräche mit Versicherungskundinnen und -kunden durch gezieltes Fragen so leiten, dass die relevanten Informationen offengelegt werden
- Die unterschiedlichen Fragetechniken kennen und im Kundengespräch effektiv einsetzen können
- Auch in diffusen Gesprächslagen durch gezieltes Fragen zu guten Ergebnissen kommen
- Bedürfnisse und Wünsche der Versicherungskundschaft ermitteln
- Die Wirkung der unterschiedlichen Fragetechniken auf Kund:innen kennen und für effektive Gespräche nutzen

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken; Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Bedarfsgerechte Kommunikation mit unterschiedlichen Versicherungskundinnen und



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 80 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Die acht Kommunikationsstile nach Schulz von Thun kennen und erkennen
- Die eigenen Kommunikationsstile einschätzen
- Die eigenen Kommunikationsstile für bessere Gesprächsergebnisse mit Versicherungskundinnen und -kunden variieren können
- Auch Gespräche mit herausfordernden Versicherungskund:innen souverän meistern

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken; Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Nachhaltigkeit im Versicherungsunternehmen – sozial, ökonomisch und ökologisch arbeiten



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 50 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Die große Bedeutung von Nachhaltigkeit für Versicherungsunternehmen verstehen
- Im eigenen Versicherungsunternehmen und in der Beratung der Versicherungskundinnen und -kunden nachhaltig handeln können
- Ökologische Nachhaltigkeit im Büroalltag und bei Versicherungslösungen mitdenken
- Soziale und ökonomische Aspekte der Nachhaltigkeit kennen und beim täglichen Handeln im Versicherungsunternehmen berücksichtigen können

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken; Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Unconscious Bias und Vorurteile abbauen – Versicherungskundinnen und -kunden



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 50 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Wissen, was „Unconscious Bias“ bedeutet und welche Folgen Vorurteile in der Versicherungsbranche mit sich bringen können
- Vorurteile und Stereotype als natürlichen Bestandteil der menschlichen Überlebensstrategie begreifen
- Die häufigsten kognitiven Verzerrungen kennen, um ihnen im Kontakt mit unterschiedlichen Versicherungskundinnen und -kunden bewusst gegenseitern zu können
- Strategien zum Abbauen von Vorurteilen anwenden, sodass sich alle Versicherungskund:innen wertgeschätzt fühlen und auf Augenhöhe beraten werden können

Zielgruppe

Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten; Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken

Interkulturelle Kommunikation im Versicherungsteam – Gemeinsam kundenzentriert



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

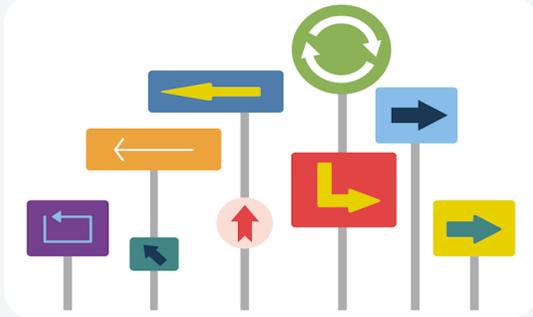
Lernziele

- Die Kulturdimensionen nach Edward T. Hall und Geert Hofstede kennen sowie die unterschiedlichen kulturellen Ausdrucksformen der Mitglieder des eigenen Versicherungsteams urteilsfrei wahrnehmen
- Sensibilität gegenüber kulturellen Unterschieden entwickeln, um sich als Team einen „Vorsprung durch Diversity“ in der Versicherungsberatung zu verschaffen
- Ursachen von kulturell bedingten Missverständnissen verstehen
- Kulturell bedingte Missverständnisse vermeiden und abbauen, um Konflikte zu verhindern und so gemeinsam im besten Interesse der Versicherungskundinnen und -kunden agieren zu können
- Die eigene interkulturelle Kompetenz in und für die Versicherungsarbeit erweitern

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken; Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Kundenorientierte Entscheidungen in der Versicherungswirtschaft treffen



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Probleme in der Versicherungsarbeit rechtzeitig erkennen und analysieren
- Kundenorientierte Lösungsansätze im Versicherungsteam erarbeiten
- In der Lage sein, Entscheidungen strukturiert und im besten Interesse der Versicherungskundinnen und -kunden zu treffen
- Entscheidungen adäquat kommunizieren und die Versicherungsmitarbeitenden involvieren, um eine kundenorientierte Umsetzung sicherzustellen

Zielgruppe

Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Eine Lernkultur im Versicherungs-un- ternehmen etablieren – für mehr Kundenorien-



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 50 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Das Bewusstsein für die Notwendigkeit einer Lernkultur im Versicherungsunternehmen fördern und leben
- Rahmenbedingungen für eine erfolgreiche Lernkultur schaffen, um durch stetige Weiterbildung die Qualität der Versicherungsberatung zu verbessern
- Als Führungskraft ein Lernvorbild für die Versicherungsmitarbeitenden sein
- Die Selbstverantwortung der Mitarbeitenden stärken, damit diese eigenständig nach Weiterbildungsmöglichkeiten suchen und ihre Kompetenzen in der Versicherungsberatung erweitern

Zielgruppe

Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Big Data und Künstliche Intelligenz in der Versicherungswirtschaft



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

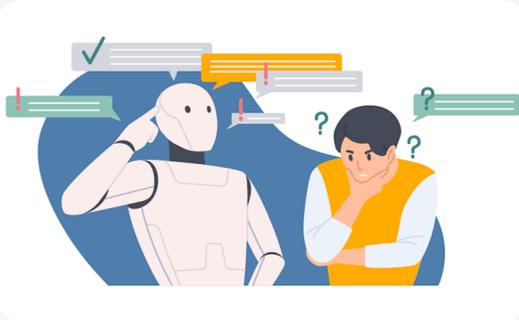
Lernziele

- Definition und Charakteristika von Big Data kennen, um die Relevanz des Themas für den Versicherungsvertrieb und für den Umgang mit Kund:innen einordnen zu können
- Potenziale und Herausforderungen von Big Data für Gesellschaft und Versicherungsunternehmen verstehen
- Mit dem Lebenszyklus von Big Data vertraut sein
- Einen Überblick über wichtige Big-Data-Technologien haben
- Künstliche Intelligenz im Kontext von Big Data einordnen können und die Berührungspunkte des eigenen Versicherungsunternehmens sowie der Versicherungskund:innen mit KI begreifen

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken ; Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Digitalisierung verstehen und für die Kundenberatung in der Versicherungswirtschaft



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Chancen und Risiken der Digitalisierung für Kundenbeziehungen erkennen
- Verstehen, unter welchen Bedingungen Versicherungsunternehmen sowie Kundinnen und Kunden heutzutage agieren und in Kontakt kommen
- Die Auswirkungen der Digitalisierung auf traditionelle Geschäftsmodelle der Versicherungswirtschaft begreifen
- Customer Centricity bzw. Kundenzentrierung als Folge der Digitalisierung verstehen und für die Kundenberatung nutzen

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken; Führungskräfte im Vertrieb von Versicherungsprodukten

Strategischer Vertrieb in der Versicherungswirtschaft – Kundinnen und Kunden



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Die Bedeutung und Inhalte des strategischen Vertriebs verstehen In der kundenzentrierten Betreuung von Versicherungskund:innen strategisch vorgehen
- Grundlegende Kompetenzen und persönliche Fähigkeiten für den strategischen Versicherungsvertrieb kennen

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind; Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken

Strategischer Vertrieb in der Versicherungswirtschaft – Schlüsselkunden be-



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Den Begriff des Key-Account-Managements kennen und einordnen können
- Die Key-Accounts unter den eigenen Versicherungskundinnen und -kunden identifizieren, um eine bedarfsgerechte Betreuungsintensität anbieten zu können
- Stakeholder:innen in der Versicherungswirtschaft richtig einschätzen können
- Eine strategische und kundenorientierte Partnerschaft zu zentralen Versicherungskund:innen entwickeln

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind; Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken

Strategischer Vertrieb in der Versicherungswirtschaft – Kundenbeziehungen



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Die Bedeutung einer guten Kundenbetreuung kennen
- Die Motive der Versicherungskund:innen verstehen und bedienen können
- Maßnahmen eines effektiven Individualmarketings in der Versicherungswirtschaft kennen und einsetzen können
- Die richtigen Fragen stellen, um mehr über die Kund:innen und ihre Versicherungsbedarfe zu erfahren
- Erfolgreich Cross-Selling zur Gestaltung der Kundenbeziehung einsetzen

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind; Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken

Die Bedarfe von Kundinnen und Kunden in der Versicherungs-wirtschaft ermitteln



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Das Ermitteln des individuellen Kundenbedarfs als zentrales Element im Beratungsprozess der Versicherungswirtschaft begreifen
- In der Lage sein, die richtigen Fragen zu stellen, um die Kundinnen und Kunden besser zu verstehen und ihren individuellen Versicherungsbedarf strukturiert und exakt zu ermitteln
- Verschiedene Fragetypen einsetzen, um die Kundinnen und Kunden dabei zu unterstützen, den eigenen Versicherungsbedarf zu reflektieren und Entscheidungen zu treffen
- Den Kundinnen und Kunden nach einer detaillierten Bedarfsanalyse passgenaue Versicherungsangebote unterbreiten

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken

Wertschätzende Beziehungen in der Beratung von Versicherungskundinnen und -kunden



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Fähig sein, vertrauensvolle Beziehungen zu Versicherungskundinnen und Versicherungskunden aufzubauen
- Small Talk einsetzen, um Interesse an den Themen und Bedürfnissen der Kund:innen zu zeigen und das Entstehen von Sympathie zu ermöglichen
- Verbale und nonverbale Signale der Versicherungskund:innen erkennen und angemessen darauf reagieren
- Mit der eigenen Körpersprache Vertrauen in der Versicherungsberatung ausstrahlen
- Auf die Bitten und Wünsche der Versicherungskundinnen und -kunden individuell eingehen

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken

Die Nutzen-argumentation in der Beratung von Versicherungs-kund:innen kundenzentri-



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- In der Lage sein, zwischen den Produktmerkmalen und dem Kundennutzen von Versicherungsprodukten zu unterscheiden
- Die Kaufmotive von Versicherungskundinnen und -kunden erkennen und gezielt darauf eingehen
- Den Nutzen von Versicherungsprodukten kundenzentriert erläutern
- Für jede Versicherungskundin und jeden Versicherungskunden eine individuelle Nutzenargumentation entwickeln

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken

Einwände von Versicherungskundinnen und -kunden mit bedarfsgerechten Lösungen en-



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 50 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- In der Lage sein, Einwände von Vorwänden zu unterscheiden
- Einwände von Versicherungskundinnen und -kunden entschlüsseln, um gezielt und bedarfsgerecht darauf eingehen zu können
- Auf unterschiedliche Einwände von Versicherungskund:innen angemessen reagieren
- Verständnis für Einwände von Kund:innen aufbringen und passgenaue Versicherungslösungen anbieten
- Häufige Kundeneinwände reflektieren und die Kundenberatung im Versicherungsunternehmen stetig verbessern

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken; Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken

Kundenberatungen in der Versicherungswirtschaft erfolgreich abschließen



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 70 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Verbale sowie nonverbale Kaufsignale von Kundinnen und Kunden erkennen
- Kauf- bzw. Vertragsabschlüsse zielgerichtet einleiten, um den Versicherungskund:innen die Entscheidungsfindung zu erleichtern
- Die Kundinnen und Kunden durch gezielte Fragen bei der Entscheidung zum Vertragsabschluss unterstützen
- Flexibel auf die Versicherungsbedarfe, Wünsche und Interessen der Kundinnen und Kunden eingehen
- Projektmanagement-Tools für die langfristige Kundenbetreuung in der Versicherungswirtschaft einsetzen

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken

Online-Verhandlungen mit Versicherungskundschaft professionell führen



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Unterschiede zwischen Online-Verhandlungen und Präsenz-Verhandlungen kennen
- Während einer Online-Verhandlung souverän agieren
- Sich optimal auf kundenorientierte Online-Verhandlungen in der Versicherungsberatung vorbereiten
- Online Beziehungen zu Versicherungskundinnen und -kunden aufbauen
- In Online-Verhandlungen effektiv mit der Kundschaft kommunizieren und Versicherungsangebote überzeugend präsentieren

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken

Professionell und kunden--orientiert verhandeln in der Ver-sicherungs-branche



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Mit der ZOPA und der BATNA optimal in die kundenorientierte Verhandlung starten
- Den Kund:innen Angebote angemessen präsentieren
- Leistungen strukturiert argumentieren
- Kundenorientierte Verhandlungen belastbar abschließen
- Tragfähige Beziehungen zu Versicherungskund:innen aufbauen

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken

Customer Centricity in der Versicherungsberatung – Kundinnen und Kunden verstehen und



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 65 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Die Wünsche und Bedürfnisse der Versicherungskundinnen und -kunden in den Mittelpunkt der Kundenberatung rücken
- Einen Beitrag zur Kundenzentrierung der Versicherungsbranche leisten
- Die unterschiedlichen Bedürfnisse der Versicherungskundinnen und -kunden im Verlauf des Beratungsprozesses verstehen
- Die Kundinnen und Kunden mit bedarfsgerechten Lösungen begeistern
- Eine langfristige Beziehung zu der Versicherungskundschaft aufbauen und pflegen
- Kundenbeschwerden effizient managen

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken

Kundenberatungen in der Versicherungswirtschaft erfolgreich initiieren



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

Lernziele

- Potenzielle Versicherungskundinnen und -kunden identifizieren, um sie gezielt und kundenorientiert ansprechen zu können
- Chancen zum Kundenkontakt erkennen und aktiv auf Kundinnen und Kunden zugehen
- Das eigene Kundennetzwerk systematisch erweitern und neue Versicherungskund:innen gewinnen, z. B. mithilfe von Recherche-Tools oder des „Elevator-Pitch“
- Erstkontakte durch sorgfältige Vorbereitung so gestalten, dass sie für die Kundinnen und Kunden angenehm und gewinnbringend sind
- Die Grundregeln für einen wertschätzenden, vertrauensvollen Umgang mit (potenziellen) Versicherungskundinnen und -kunden beherrschen

Zielgruppe

Vermittler:innen und Berater:innen, die im Vertrieb von Versicherungsprodukten tätig sind, und Mitarbeitende, die bei der Vermittlung oder Beratung mitwirken

PINKTUM

KONTAKT

Pink University GmbH
+49 89 5 47 27 84 10
kontakt@pinktum.com

mÜNCHEN

Bachbauernstraße 1
81241 München

HAMBURG

Besenbinderhof 41
20097 Hamburg

pinktum.com

