


aruna-Akademie		<b>aruna Sach-speed-Datings 2019</b> 
Themen	<b>Allianz</b> Produkt- und Prozessdarstellung zu den Themen P-Kraft, Kraft-Flotte und Cyber <b>Zurich</b> Chancen der Cyberversicherung und einfache digitale Vertriebsansätze <b>DMB</b> Rechtsschutz für Privat und Gewerbekunden <b>AXA</b> Boxflex und aruna Rahmenvertrag WH-Konzept <b>R&amp;V</b> Analysierung von Risikopotentialen innerhalb der Baubranche von der Planung bis zur Gebäudeübergabe <b>Württembergische</b> Deckungslücken in der Maschinenversicherung - Einführung der Kautionsversicherung <b>VHV</b> Forderungsausfall und Kaution <b>HDI</b> Frisch ausgepackt: aruna Bau-Police <b>aruna</b> Mehrwertthemen aus dem Hause aruna	
Datum		14.08.2019, 10:00-16:00 Uhr
Seminarort		SEMINARIS CampusHotel Berlin*, Science & Conference Center, Takustraße 39, 14195 Berlin
Zielgruppe		aruna-Vertriebspartner/innen, Leiterinnen und Leiter sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Maklerbüros
Seminarziele	<b>Allianz</b> Vertriebliche Aktivierung der Makler für die neue Produktwelt Kraft-Flotte, P-Kraft und Cyber <b>Zurich</b> Den Bedarf für Cyberversicherungen erkennen und dem Kunden vermitteln können sowie Ergänzungen digitaler Lösungen zum klassischen Versicherungsvertrieb erkennen und anwenden <b>DMB</b> Rechtsschutz für Privat- und Gewerbekunden komplett beraten <b>AXA</b> Vorteile des Kombiproduktes erkennen <b>R&amp;V</b> Sensibilisierung zu Risikopotentialen folgender Produktbereiche: Bauleistung, D&O, Autoinhalt, Baustellenrisiko (Werkzeuge auf dem Bau), Wohngebäude <b>Württembergische</b> Erkennen von Deckungslücken in bestehenden Verträgen der Maschinenversicherung und Möglichkeiten zur Verbesserung des Versicherungsschutzes; Erkennen der Vorteile der Produkte und Prozesse in der Kautionsversicherung gegenüber dem Markt <b>VHV</b> Information über das Thema Forderungsausfallversicherung/ Kreditversicherung <b>HDI</b> aruna-Rahmenvertrag Bau kennenlernen und anwenden <b>aruna</b> KFZ-Vergleichsrechner NAFL kennenlernen, Marketingunterstützung	
Inhalte	<b>Allianz</b> Produktinhalte, Fokussierung auf die Vergleiche <b>Zurich</b> Was ist eine Cyber-Versicherung? Welche Risiken haben Kunden heute und morgen? Welchen Bedarf haben Kunden an Versicherung und Vorsorge? Wie kann ich digitale Versicherungslösungen in mein Verkaufskonzept integrieren? <b>DMB</b> Bausteine, Tarife, SB-Varianten; Serviceleistungen <b>AXA</b> Vermittlung der Besonderheiten der Produkte <b>R&amp;V</b> Haftungsgrundlagen, Mögliche Deckungserweiterungen, Absicherungsmöglichkeiten, Klauselverdeutlichung (Besitzstands- und Mehrleistungsgarantie) <b>Württembergische</b> 1:1 Umdeckung Maschinenversicherung, neue Produkte in der Kautionsversicherung <b>VHV</b> Verkaufsansätze zur Forderungsausfallversicherung <b>HDI</b> spezielle Deckungsinhalte und vertriebliche Ansätze <b>aruna</b> Jahresendgeschäft aktiv gestalten	
Trainer*innen	<b>Allianz</b> Vahidin Tulic, Key Account Manager <b>Zurich</b> Markus Witt, Zurich Broker Consultant <b>DMB</b> Antja Arlutzki; Vertriebsleiterin <b>AXA</b> Stefan Stein, Key Account Manager <b>R&amp;V</b> Alexander Rathfelder; Maklerbetreuer Komposit <b>Württembergische</b> Ingo Wendlandt, Direktionsbeauftragter <b>VHV</b> André Vogel, Maklerbetreuer <b>HDI</b> Ronald Seeber; Key-Account-Manager <b>aruna</b> Frank Werner, aruna	
Methoden		Kurzvorträge, Präsentationen; Gruppengespräch, Frage-Antwort-Runde; Lerndialoge
Dauer der Gesamtmaßnahme		1 Tag, 10:00-16:00 Uhr
Organisatorische Hinweise		
Anrechenbare Bildungszeit		210 Minuten