



<b>Themen</b>	<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>Alte Leipziger</b> Zielgruppenkonzepte für Heilwesen / Hotel / Gastronomie und Baugewerbe <b>AXA</b> Aktuelles aus techn. Versicherung und Transport <b>R&amp;V</b> Boxflex und aruna Rahmenvertrag WH-Konzept <b>Württembergische</b> Analyse von Risikopotentialen innerhalb der Baubranche von der Planung bis zur Gebäudeübergabe <b>Helvetia</b> Deckungslücken in der Maschinenversicherung - Einführung der Kautionsversicherung <b>HDI</b> Versicherungslösungen für vermögende Haushalte <b>aruna</b> Frisch ausgepackt: aruna Bau-Police Mehrwertthemen aus dem Hause aruna
<b>Datum</b>	13.08.2019, 10:00-16:00 Uhr
<b>Seminarort</b>	Victor's Residenz-Hotel, Berlin-Tegel Holländer Str. 31, 13407 Berlin
<b>Zielgruppe</b>	aruna-Vertriebspartner/innen, Leiterinnen und Leiter sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Maklerbüros
<b>Seminarziele</b>	<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>Alte Leipziger</b> Vermittlung der aktuellen Neuerungen <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>Helvetia</b> Erkennen von spezifischen Risiken und deren individuellen Absicherungsmöglichkeiten <b>HDI</b> aruna-Rahmenvertrag Bau kennenlernen und anwenden <b>aruna</b> KFZ-Vergleichsrechner NAFI kennenlernen, Marketingunterstützung
<b>Inhalte</b>	<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>Alte Leipziger</b> Produktspezialitäten darstellen und kompetent vermitteln <b>AXA</b> Vermittlung der Besonderheiten der Produkte <b>R&amp;V</b> Haftungsgrundlagen, Mögliche Deckungserweiterungen, Absicherungsmöglichkeiten, Klauselverdeutlichung <b>Württembergische</b> 1:1 Umdeckung Maschinenversicherung, neue Produkte in der Kautionsversicherung <b>Helvetia</b> Abgrenzung zu klassischen Produkten, besondere Berücksichtigung von Wertsachen (u.a. Kunst, Schmuck, Sammlungen), Wertermittlung <b>HDI</b> spezielle Deckungsinhalte und vertriebliche Ansätze <b>aruna</b> Jahresendgeschäft aktiv gestalten
<b>Trainer*innen</b>	<b>Allianz</b> Vahidin Tulic, Key Account Manager <b>Zurich</b> Markus Witt, Zurich Broker Consultant <b>Alte Leipziger</b> Sven-Alexander Czerny, Accountmanager <b>AXA</b> Stefan Stein, Key Account Manager <b>R&amp;V</b> Alexander Rathfelder; Maklerbetreuer Komposit <b>Württembergische</b> Ingo Wendlandt, Direktionsbeauftragter <b>Helvetia</b> Jens Hachmeister, Maklerbetreuer <b>HDI</b> Ronald Seeber; Key-Account-Manager <b>aruna</b> Frank Werner, aruna
<b>Methoden</b>	Kurzvorträge, Präsentationen; Gruppengespräch, Frage-Antwort-Runde; Lerndialoge
<b>Dauer der Gesamtmaßnahme</b>	1 Tag, 10:00-16:00 Uhr
<b>Organisatorische Hinweise</b>	
<b>Anrechenbare Bildungszeit</b>	210 Minuten