



Kernprozesse der Versicherung

Produktentwicklung, Distribution und Schadenmanagement in der Wertschöpfungskette

Dr. Joël Wagner

Basisseminar "Fit for Insurance"
St. Gallen, 14. Oktober 2010

Themenschwerpunkte und zeitlicher Ablauf

13:45 – 13:50 **Einleitung: Vorstellung und Erwartungen**

13:50 – 14:45 **1 Management-, Geschäfts- und Unterstützungsprozesse**

14:45 – 15:30 **2 Produktentwicklung und Preisgestaltung in der Nichtleben-Versicherung**

15:30 – 15:45 **Pause**

15:45 – 16:30 **3 Prozesse und Instrumente der Distribution**

16:30 – 17:15 **4 Herausforderungen des Schadenmanagements**

17:15 – 17:45 **5 Entwicklungstendenzen entlang wechselnder Kundenbedürfnisse und Erwartungen**

17:45 – 18:00 **Abschluss: Diskussion und Fragen**

Kernprozesse der Versicherung I

1 Management-, Geschäfts- und Unterstützungsprozesse

- Wertschöpfungskette und Formen von Unternehmensprozessen
- Geschäftsprozesse einer Versicherung
- *Exkurs: Durchführung von An- und Verkäufen in Front, Middle und Back Office*
- *Exkurs: Was unterscheidet Versicherungen von Industrieunternehmen?*
- Kunden-Dienstleistung: Wertschöpfungskette aus Kundensicht
- Kundenbeziehung und Ertragspotenzial; Kundenbedürfnisse und Herausforderungen
- *Exkurs: Ziel-IT-Architektur verknüpft Versicherungszweige und Wertschöpfungskette*
- *Exkurs: Asset Management essentiell für Erfolg*
- *Exkurs: Beteiligung der Versicherungsnehmer an den Überschüssen*

2 Produktentwicklung und Preisgestaltung in der Nichtleben-Versicherung

- Ausgangslage: Marketingorientierung und Ausrichtung auf die Kundenbedürfnisse
- Aktivitäten der Produktentwicklung
- *Exkurs: Spezifische Kundenbedürfnisse im Fokus hybrider Versicherungsprodukte*
- Effektive Preisgestaltung und Tarifierungen
- Anpassungen der Preise entlang Kundenbedürfnissen

Kernprozesse der Versicherung II

3 Prozesse und Instrumente der Distribution

- Distributionswege zum Kunden ; Vertriebskanal-Mix in Europa und der Schweiz
- Entwicklungen im Internet-Direktvertrieb
- Marke als kritischer Erfolgsfaktor beim Verkauf von "low-interest"-Produkten
- Multikanalvertrieb: Von Kanalfokussierung zu Synergien durch Kanalintegration
- Vertriebswege aus Kundensicht und Trends der Distribution
- *Exkurs: EU-Vermittlerrichtlinie: Zielsetzung und Inhalte*

4 Herausforderungen des Schadenmanagements

- Ziele des Schadenmanagements und Erörterung der Faktenbasis
- Verteilung der Schadenleistungen und der Fälle nach Klassen
- Prozessorientiertes Schadenmanagement: Herausforderungen der Triagierung
- Beispiele: Case Management in der Lebensversicherung ; Steuerung im Nichtleben-Geschäft
- *Exkurs: Aussagekräftige Daten sind die Basis für die Risikosegmentierung*
- *Exkurs: Betrugsverhinderung bedarf des Zusammenspiels mehrerer Ebenen*
- *Exkurs: "Alternative" Leistungsformen*

Kernprozesse der Versicherung III

5 Entwicklungstendenzen entlang wechselnder Kundenbedürfnisse und Erwartungen

- Reaktionen: Nutzung von Grössenvorteilen, Industrialisierung und Geschäftsmodell-Innovation
- Zehn Design-Prinzipien der Industrialisierung und Diskussion von Beispielen
- Reduktion der Wertschöpfungstiefe ; Hindernisse weiterer Standardisierung
- Geschäftsmodell-Innovation und Wettbewerb auf der Ebene einzelner Wertschöpfungsschritte