

**Berufsprüfung für Verkaufsfachleute mit eidg. Fachausweis
Examen professionnel pour spécialistes de vente avec brevet fédéral
Esame per l'attestato professionale federale di specialista in vendita**

Prüfung 2012

Verkaufsplanung

Prüfungszeit: 180 Minuten

| Aufgabe | Punkte |
|--------------|------------|
| 1 | 12 |
| 2 | 10 |
| 3 | 27 |
| 4 | 8 |
| 5 | 10 |
| 6 | 6 |
| 7 | 6 |
| 8 | 6 |
| 9 | 9 |
| 10 | 6 |
| Total | 100 |

Im Interesse der Lesbarkeit wurde darauf verzichtet, bei Personenbezeichnungen jedes Mal auch die weibliche Form zu schreiben.

Diese Aufgabe umfasst 20 Seiten inkl. Deckblatt. Bitte kontrollieren Sie, ob Sie den Fall vollständig erhalten haben.

Pegasus (Schweiz) AG, Assekuranz

Alle Angaben im Fallbeispiel sind verändert und entsprechen nicht der tatsächlichen Marktsituation.

1. Ausgangslage

1.1. Unternehmen

Pegasus (Schweiz) AG bietet in der Schweiz umfassende und qualitativ hochstehende Lösungen und Dienstleistungen zur Risikoabsicherung und Vorsorge an.

1.1.1. Das Geschäft der Pegasus (Schweiz) AG besteht aus zwei Sparten:

| Sparte | Umsatz 2012 | | Change vs VJ in % | Marktanteil 2011 |
|--|--|----------------|----------------------|---------------------|
| | Bruttoprämien & Policengebühren in Mio CHF | Anteil in % | | |
| Lebensversicherung inkl. Beiträgen mit Anlagecharakter | 1'400 | 41.2 | + 3.0 | 8.0 |
| Schadenversicherung (Nichtlebensversicherungen) | 2'000 | 58.8 | + 4.0 | 11.9 |
| Total | 3'400 | 100 | + 3.7 | 9.9 |

Marktleader bei den Lebensversicherungen ist Swiss Life (Marktanteil von 29.5%), vor Axa Winterthur (26.6%) und der Bâloise (8.8%).

Marktleader bei den Schadenversicherungen ist die Axa Winterthur (Marktanteil von 17.4%).

1.1.2. Leistungsangebot der Pegasus (Schweiz) AG

| Sparte | Leistung | Kunden-Zielgruppe |
|---------------------|--|---|
| Lebensversicherung | <ul style="list-style-type: none"> Absicherung von Alter, Tod & Erwerbsunfähigkeit Lösungen und Beratung zum Aufbau von Vermögen | <ul style="list-style-type: none"> Privatkunden Berufliche Vorsorge für Unternehmen |
| Schadenversicherung | <ul style="list-style-type: none"> Haushalt, Fahrzeug, Reisen, Haftpflicht (Risiko-Absicherung) Geschäftsversicherungen | <ul style="list-style-type: none"> Privatkunden Grossunternehmen und KMU's |

In der Schweiz gibt es vier Marktregionen (Romandie, Mitte, Tessin und Ost) mit insgesamt 150 Geschäftsstellen, die über das ganze Land verteilt sind. Allein in der Region Zentralschweiz (Kantone LU, NW, OW, UR, ZG, Inner-SZ) gibt es 12 Geschäftsstellen (GS-Anteil von 8 %).

1.1.3. Versicherungs-Leistungs-Angebot der Pegasus (Schweiz) AG im Jahre 2012

| Pegasus-Versicherungen | |
|---|--|
| Für Private | |
| Versicherungskategorie | Versicherungsleistung |
| <ul style="list-style-type: none"> • Mobilität/Reisen | <ul style="list-style-type: none"> • Aviation • Motorradversicherung • Verkehrsrechtsschutz • PKW-Versicherung • Assistance • Schiffsversicherung |
| <ul style="list-style-type: none"> • Wohnen | <ul style="list-style-type: none"> • Bauversicherung • Gebäudeversicherung • Hausratversicherung • HEV-Mietkautionsversicherung • Hypothek • Kunstversicherung • Privathaftpflichtversicherung • Privatrechtsschutzversicherung • Wertsachenversicherung |
| <ul style="list-style-type: none"> • Unfall- & Krankenversicherungen | <ul style="list-style-type: none"> • Krankenversicherung • Unfallversicherung |
| <ul style="list-style-type: none"> • Vorsorgen/Anlegen | <ul style="list-style-type: none"> • Altersrente • Erlebensfallversicherung • Erwerbsrisiko • Lebens- & Kinderversicherung • Relax-Plan • Investment Fund • Vorsorgekonto • Freizügigkeitskonto |
| Für Firmen | |
| Versicherungskategorie | Versicherungsleistung |
| <ul style="list-style-type: none"> • Mobilität/Transport | <ul style="list-style-type: none"> • Betriebsverkehrsrechtsschutz • Business-Flotte • Transportversicherung |
| <ul style="list-style-type: none"> • Firmenstandort/Berufe | <ul style="list-style-type: none"> • Betriebsrechtsschutz • Business-Bau • Business-Haftpflicht • Business-IT • Vertrauensschadenversicherung • Kreditversicherung • Business-Immobilien • Business Sach Gewerbe • Business Sach Industrie • Business-Technik • Garantie- & Kautionsversicherung • Kunstversicherung |
| <ul style="list-style-type: none"> • Berufliche Vorsorge | <ul style="list-style-type: none"> • Unternehmenseigene Stiftungen • BVG |
| <ul style="list-style-type: none"> • Personenversicherung | <ul style="list-style-type: none"> • Krankheit • Unfall |

1.1.4. SWOT-Analyse der Pegasus (Schweiz) AG im Jahr 2012

| | |
|---|---|
| <p>Stärken (Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none"> starke Marke, gute Reputation, Allbranchen umfangreiche Datensammlung 1.6 Mio (20.5% der Bevölkerung) Privat-Versicherte mit grossem Potenzial (viele Einpolicen-Kunden) 20.5% der KMU's haben eine Pegasus-Versicherungspolice Flexibilität, Engagement der MA persönliche Kontakte und hohe Fachkompetenz in den einzelnen strategischen Geschäftseinheiten (SGE) Kooperationspartner gute finanzielle Situation | <p>Schwächen (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> viele fragmentierte Informationen auf vielen nicht abgestimmten Subsystemen Vorfinanzierung von Grossprojekten schwierig ausgelagerter IT-Support Renitenz (Widerspenstigkeit) in den Compliance-Ansichten (Einhaltung von Verhaltensmassregeln) unterschiedliche Ansichten bezüglich Neukundenakquisition, Kundenbindung und Kundenwiedergewinnung Margendruck Einzelleben-Produkte hinken hinter dem Markt her Doppelspurigkeiten, Kanibalismus («gegenseitiges Kundenwegnehmen») im Vertrieb keine klare Multikanal-Marketingstrategie viele Einpolicen-Kunden zu viele Geschäftsstellen in der Verkaufsregion Zentral-CH |
| <p>Chancen (Opportunities)</p> <ul style="list-style-type: none"> Allbranchenversicherer Weiterentwicklung der Einpolicen-Kunden Cross Selling inhouse (Kollektivversicherung) Partnergeseellschaften liberalere Haltung zu Disclaimer (Leistungsverzicht) der Kunden Einstieg zur Gesamtberatung einfacher als über Kaltakquisition | <p>Gefahren, Risiken (Threats)</p> <ul style="list-style-type: none"> Daten-Verzettelung (verschiedene Systeme) Portefeuilleproblematik (Policen- statt Kundenschutz; der Kunde kennt den direkten Ansprechpartner im Vertrieb nicht) MA-Leistungsmessung anhand der abgerechneten Geschäfte (keine Verlaufskontrolle – Korrekturmassnahmen kommen zu spät) neue Technologien Leben-Markt verändert sich schneller als eigene Anstrengungen Neuerungen im Datenerfassungs-System nur ergänzend nicht ersetzend |

1.1.5. Umsatz der Marktregion «Mitte» der Pegasus (Schweiz) AG im Jahr 2012

| Verkaufsgebiet (Kantone) | Bruttoprämien und Policengebühren in Mio CHF im Jahr 2012 | | | | | | | | |
|-----------------------------|---|----------------------------|--------------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|------------------------|--------------|------------|-------------|
| | Sparten | | | | | | | Total | Anteil in % |
| | Einzelleben (Privatkunden) | Kollektivleben (Firmen) | Nichtleben einzeln (Privatkunden) | Nichtleben kollektiv (Firmen) | Finanzprodukte (Privatkunden) | Cross-Selling (BVG) | Rechtsschutz | | |
| BS/BL-SO | 7 | 4 | 205 | 64 | 0.5 | 0.5 | 0.5 | 281.5 | 33.1 |
| BE-Ober-VS | 6 | 2 | 121 | 45 | 0.3 | 0.4 | 0.3 | 175 | 20.6 |
| Riverside | 7 | 2 | 146 | 42 | 0.5 | 0.5 | 0.5 | 198.5 | 23.4 |
| Zentral-CH | 5 | 5 | 117 | 67 | 0.3 | 0.3 | 0.4 | 195 | 22.9 |
| Total «Mitte» | 25 | 13 | 589 | 218 | 1.6 | 1.7 | 1.7 | 850 | 100 |

1.1.6. Umsatz der Verkaufsregion «Zentral-CH» der Pegasus (Schweiz) AG im Jahr 2012

| Kanton (Amt)/Ort der Pegasus-Geschäftsstellen (12) | Anzahl Haushaltungen (HH) | Bruttoprämien und Policengebühren in Mio CHF im Jahr 2012 | | | | | |
|--|------------------------------|---|----------------------------|--------------------------------------|----------------------------------|------------|-------------|
| | | Sparten | | | | Total | Anteil in % |
| | | Einzelleben (Privatkunden) | Kollektivleben (Firmen) | Nichtleben einzeln (Privatkunden) | Nichtleben kollektiv (Firmen) | | |
| LU-Amt Entlebuch | 6'950 | 5.3 | 0.2 | 0.2 | 3 | 8.7 | 4.5 |
| LU-Amt Hochdorf | 25'368 | 10.4 | 0.4 | 0.5 | 4.2 | 15.5 | 8.0 |
| LU-Amt Luzern 1 Stadt | 40'798 | 6.9 | 0.3 | 0.3 | 4.1 | 11.6 | 5.9 |
| LU-Amt Luzern 2 Kriens (+ 16 Gemeinden) | 38'496 | 13.5 | 0.3 | 0.5 | 6 | 20.3 | 10.4 |
| LU-Amt Sursee | 24'543 | 7.5 | 0.2 | 0.4 | 9 | 17.1 | 8.8 |
| LU-Amt Willisau | 17'945 | 5.3 | 0.2 | 0.5 | 3 | 9 | 4.6 |
| NW-Stans | 18'100 | 13.4 | 1.5 | 0.3 | 7.6 | 22.8 | 11.7 |
| OW-Sarnen | 13'300 | 12.0 | 0.9 | 0.5 | 10.5 | 23.9 | 12.2 |
| SZ-Küssnacht | 14'500 | 8.3 | 0.3 | 0.3 | 3 | 11.9 | 6.1 |
| SZ-Schwyz | 15'400 | 9.8 | 0.1 | 0.3 | 4.5 | 14.7 | 7.5 |
| UR-Altdorf | 14'300 | 7.5 | 0.1 | 0.5 | 4.5 | 12.6 | 6.5 |
| ZG-Zug | 48'300 | 16.5 | 0.9 | 0.5 | 9 | 26.9 | 13.8 |
| Total | 278'000 | 116.4 | 5.4 | 4.8 | 68.4 | 195 | 100 |

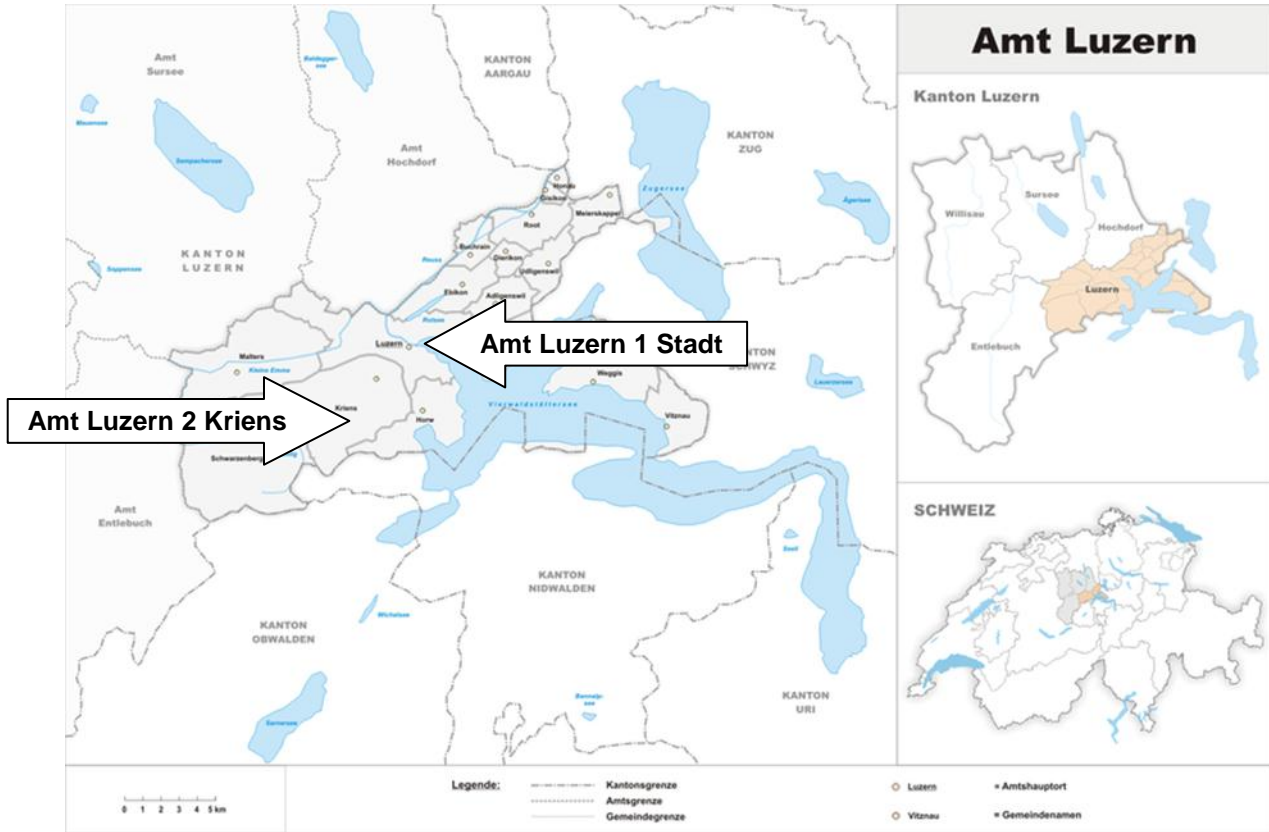
Die Geschäftsstelle Luzern, als eine der 12 Geschäftsstellen (GS) in der Zentralschweiz, steuert zum Umsatz des Verkaufsgebiets Zentral-CH CHF 11.6 Mio bei (Umsatz-Anteil von 5.9 %).

1.1.7. Privathaushalte (HH) und Kaufkraftindikatoren nach Kantonen der Verkaufsregion «Zentral-CH» der Pegasus (Schweiz) AG, 2012

| Parameter | Kantone | | | | | | Total |
|---------------------|---|--------------------|-------------------------|--------------------|-------------------------|-----------|---------------------------|
| | LU | NW | OW | ZG | Inner-SZ | UR | |
| Privat-HH (in 1000) | 154.1* | 18.1 | 13.3 | 48.3 | 29.9 | 14.3 | 278 |
| Anzahl PLZ-Kreise | 105 | 21 | 18 | 24 | 29 | 24 | 221 |
| PLZ (Postleitzahl) | 6000-6048, 6102-6196, 6203-6295, 6344, 6353- 6356, 6404 | 6052, 6362-6387 | 6053-6078, 6388-6390 | 6300-6343, 6345 | 6402-6403, 6504-6452 | 6452-6493 | (Range von 5623- 6492) |
| Kaufkraft-Index | 93 | 129 | 95 | 148 | 132 | 83 | Ø = 108.3 |

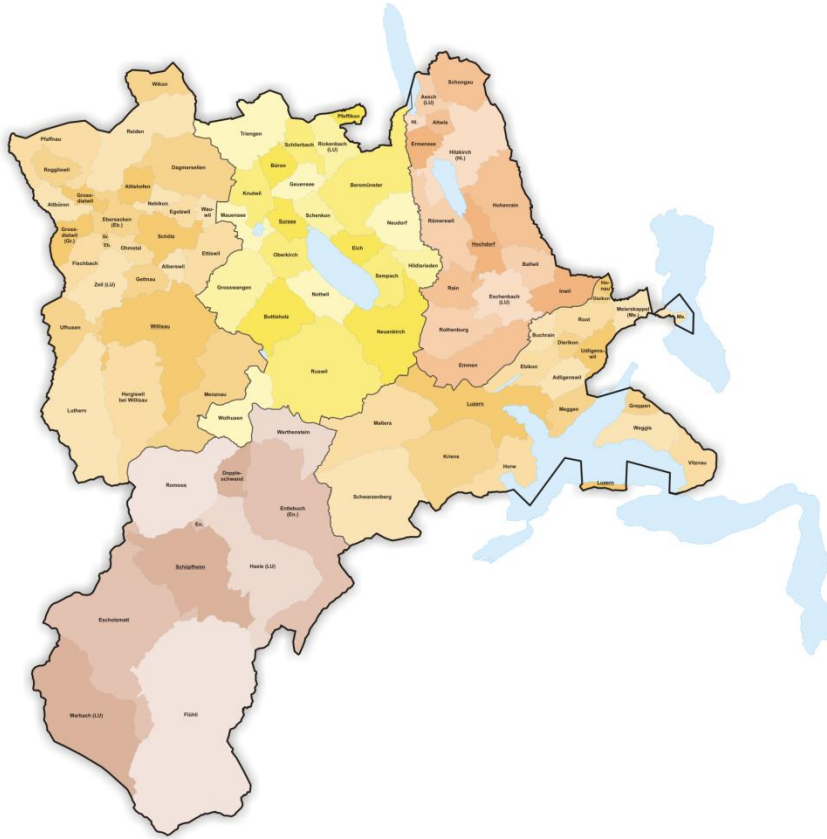
*40'798 HH davon in der Stadt Luzern, entsprechen 26.5% Kantonsanteil

1.1.8. Geografische Karte der neu gegründeten Generalagentur «Amt Luzern» (Zusammenlegung der beiden Teile «LU-Amt Luzern 1 Stadt» und «LU-Amt Luzern 2 Kriens») der Pegasus (Schweiz) AG mit Sitz in der Stadt Luzern, 2013





















Der Kanton Luzern besteht aus 5 Ämtern: **Amt Luzern** (bestehend aus 1 Stadt und 2 Kriens + 16 weiteren Gemeinden), Amt Hochdorf, Amt Sursee, Amt Willisau, Amt Entlebuch.

1.1.9. Geografische Karte der Gemeinden im Kanton Luzern



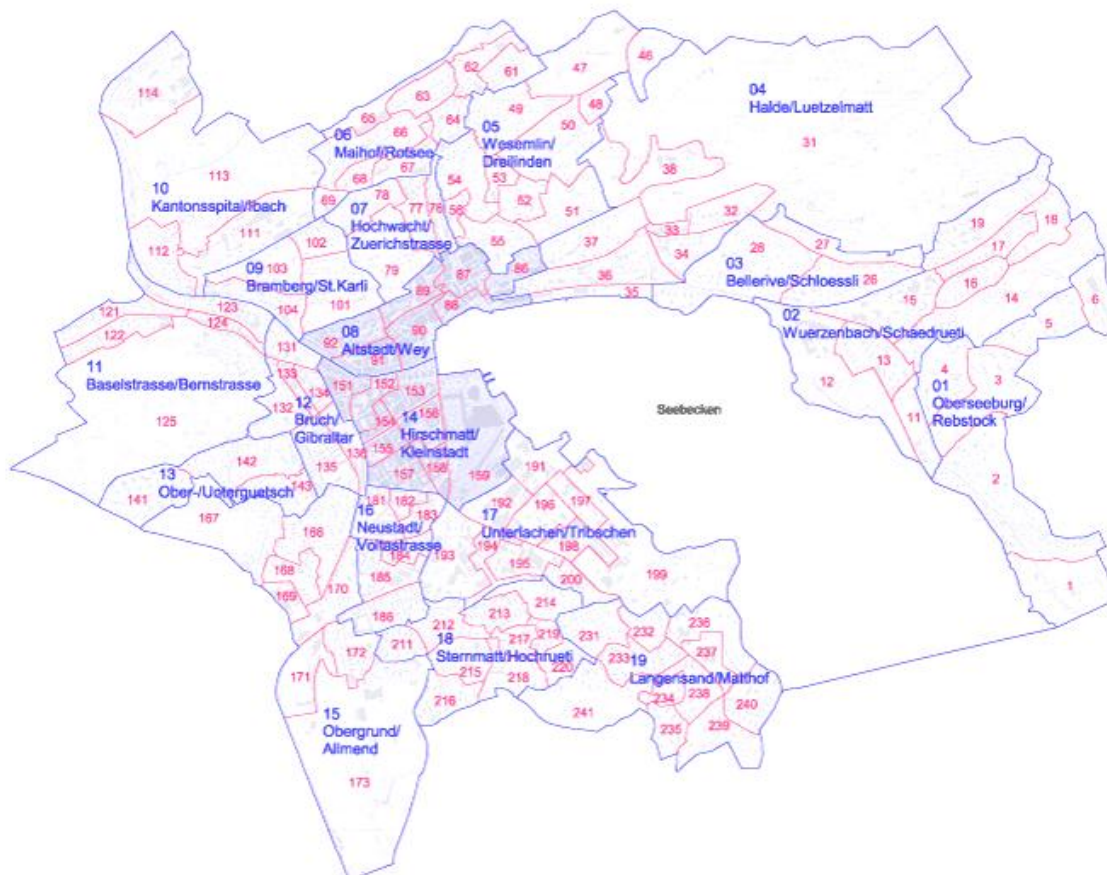
1.1.10. Verteilung der Postleitzahlen (PLZ) auf die 18 Gemeinden des Amtes Luzern

| Nr. | PLZ | Gemeinde | Anzahl Haushaltungen (HH) | Gemeindewappen |
|-----------|---------|---------------|---------------------------|---|
| 1 | 6043 | Adligenswil | 1'954 |  |
| 2 | 6033 | Buchrain | 2'075 |  |
| 3 | 6036 | Dierikon | 528 |  |
| 4 | 6030 | Ebikon | 4'906 |  |
| 5 | 6038 | Gisikon | 354 |  |
| 6 | 6404 | Greppen | 322 |  |
| 7 | 6038 | Honau | 114 |  |
| 8 | 6048 | Horw | 5'947 |  |
| 9 | 6010 | Kriens | 11'870 |  |
| 10 | 6000-06 | Stadt Luzern | 40'798 |  |
| 11 | 6102 | Malters | 2'408 |  |
| 12 | 6045 | Meggen | 2'717 |  |
| 13 | 6344 | Meierskappel | 422 |  |
| 14 | 6037-39 | Root | 1'569 |  |
| 15 | 6103 | Schwarzenberg | 560 |  |
| 16 | 6044 | Udligenswil | 727 |  |
| 17 | 6354 | Vitznau | 475 |  |
| 18 | 6353 | Weggis | 1'548 |  |
| 18 | | Total | 79'294 | |

1.1.11. Detailumsatz der Pegasus-Geschäftsstelle «LU-Amt Luzern 1 Stadt» im Jahr 2012

| Nr. | Operations-Gebiete in der Geschäftsstelle «LU-Amt Luzern 1 Stadt» | Kunden-Potenzial | | Bruttojahresprämie in 1000 CHF | | |
|-----|---|-------------------------|--------------|--------------------------------|--|---------------------------|
| | | Anzahl Privat-Haushalte | Anzahl KMU's | Einzelleben & Nichtleben | Kollektive Leben- & Nichtlebenverträge | Gesamt-Portefeuille Total |
| 1 | LU-Altstadt/Wey | 5'621 | | 925 | 175 | 1'100 |
| 2 | LU-Gütsch/Obergrund/Allmend | 8'334 | | 1'367 | 233 | 1'600 |
| 3 | LU-linkes Seeufer (Bearbeitung durch KAM) | | 3'500 | 200 | 1'300 | 1'500 |
| 4 | LU-Matthof/Langensand | 7'486 | | 1'226 | 274 | 1'500 |
| 5 | LU-Neustadt/Tribschen | 7'861 | | 1'293 | 207 | 1.500 |
| 6 | LU-rechtes Seeufer (Bearbeitung durch KAM) | | 5'000 | 300 | 1'800 | 2'100 |
| 7 | LU-Wesemlin | 5'514 | | 905 | 195 | 1'100 |
| 8 | LU-Würzenbach | 5'982 | | 984 | 216 | 1'200 |
| | Total | 40'798 | 8'500 | 7'200 | 4'400 | 11'600 |

1.1.12. Quartiere der Stadt Luzern



1.1.13. Privathaushalte (HH) bzw. KMU's in der Stadt Luzern 2012

| Gebiets-Nr. (9) | Quartier-Nummer (19) | Postleitzahl (PLZ) | Gebiete in der Geschäftsstelle «Stadt Luzern» | Anzahl Haushalte 40'798) | Anzahl KMU's (8'500) |
|-----------------|----------------------|--------------------|---|--------------------------|----------------------|
| 2 | 07, 08, 09, 10 | 6006 | LU-Altstadt/Wey | 5'621 | |
| 3 | 11, 12, 13, 14, 15 | 6003 / 6005 | LU-Gütsch/Obergrund/Allmend | 8'334 | |
| 4 | Neustadt | 6003 / 6005 | LU-linkes Seeufer | | 3'500 |
| 5 | 18, 19 | 6005 | LU-Matthof/Langensand | 7'486 | |
| 6 | 16, 17 | 6003 / 6005 | LU-Neustadt/Tribtschen | 7'861 | |
| 7 | Altstadt | 6006 | LU-rechtes Seeufer | | 5'000 |
| 8 | 05, 06 | 6006 | LU-Wesemlin | 5'514 | |
| 9 | 01, 02, 03, 04 | 6006 | LU-Würzenbach | 5'982 | |
| 1 - 9 | Total | 6003-6006 | Stadt Luzern | 40'798 | 8'500 |

1.1.14. Schlüsselzahlen Versicherungs-Markt Schweiz und der Pegasus (Schweiz) AG im Jahr 2012

| Parameter | Zahl | Zusammenzug/ Bemerkung |
|---|--------------|---|
| Allgemein | | |
| Einwohner in der Schweiz | 7.8 Mio | |
| 78 schweizerische Schadenversicherer | | |
| 39 ausländische Schadenversicherer | | |
| 22 schweizerische Lebensversicherer | | |
| 4 ausländische Lebensversicherer | | |
| Prämienvolumen Lebensversicherung in der Schweiz | CHF 20.7 Mrd | Gesamt-Prämien- volumen CHF 34.3 Mrd |
| Prämienvolumen Schadenversicherung in der Schweiz | CHF 13.6 Mrd | |
| Prämienvolumen Lebensversicherung pro Einwohner | CHF 2'654 | |
| Prämienvolumen Schadenversicherung pro Einwohner | CHF 1'744 | |
| Prämienvolumen total pro Einwohner | CHF 4'398 | |

1.1.15. Kerndaten Pegasus (Schweiz) AG 2012/13

| Parameter | Zahl | | Zusammenzug/ Bemerkung |
|---|--|------------------|-----------------------------------|
| | Firma | Privat | |
| Pegasus (Schweiz) AG | | | |
| Ø-Prämienvolumen Lebensversicherung | | CHF 3'600 | |
| Ø-Prämienvolumen Berufliche Vorsorge (BVG) | CHF 40'000 | | |
| Ø-Prämienvolumen Schadenversicherung | CHF 8'700 | CHF 1'000 | |
| Ø-Prämienvolumen Motorfahrzeugversicherung pro Fahrzeug | CHF 1'300 | CHF 1'300 | |
| <i>Totales Ø-Prämienvolumen</i> | <i>CHF 50'000</i> | <i>CHF 5'900</i> | |
| Pegasus-Privat-Kundenanzahl in der Schweiz (gleichmässige Verteilung auf die einzelnen Verkaufsregionen) | 1.6 Mio | | |
| persönliche Kundenkontakte der AD-MA «Leben» | bisher 10 pro Woche | | Abschluss nach Ø 3 Kundenbesuchen |
| Persönliche Kundenkontakte der AD-MA «Nichtleben» | neu: 15 pro Woche | | Abschluss nach Ø 2 Kundenbesuchen |
| Durchschnittlich notwendige Besuche für einen Ab-schluss im «Privat-Leben» und «Privat-Nichtleben-Bereich» | 2.1 | | |
| durchschnittlich notwendige Besuche für einen Ab-schluss bei den Firmenkunden (KMU's) | 4 | | |
| bei jedem 8. bestehenden Privat-Kunden ist der Ab-schluss einer Zusatzversicherung (Cross Selling) möglich; vor der persönlichen Bearbeitung sind die Kunden durch 2 ID-Telefonanrufe zu selektionieren | bei 12.5% der beste-henden Privat-Kunden | | |
| bei jedem 8. bestehenden Firmenkunden ist der Ab-schluss einer Zusatzversicherung (Cross Selling) mög-lich; vor der persönlichen Bearbeitung sind die Kunden durch 2 ID-Telefonanrufe zu selektionieren | bei 12.5% der beste-henden Firmen-Kunden | | |
| 211 Privat-HH des verbleibenden Kunden-Potenzials sollen durch die AD-MA als Neukunden bearbeitet werden | Bearbeitung von 211 Privat-HH als Neukun-den | | |
| 44 KMU's des verbleibenden Firmen-Kunden-Potenzials sollen durch den KAM als Neukunden bearbeitet werden | Bearbeitung von 44 KMU's als Neukunden | | |
| bestehendes AD-/ID-Personen-Verhältnis | 4 : 1 | | auf 1 ID-MA kommen 4 AD-MA |
| verkaufsaktive Tage für den AD und den ID pro Jahr | 220 | | |
| flächendeckende Abdeckung mit 700 grossen & wichti-gen Brokern | | | ganze Schweiz |

1.1.16. Zielsetzungen für einen Star-AD-MA der Pegasus (Schweiz) AG für das Jahr 2013

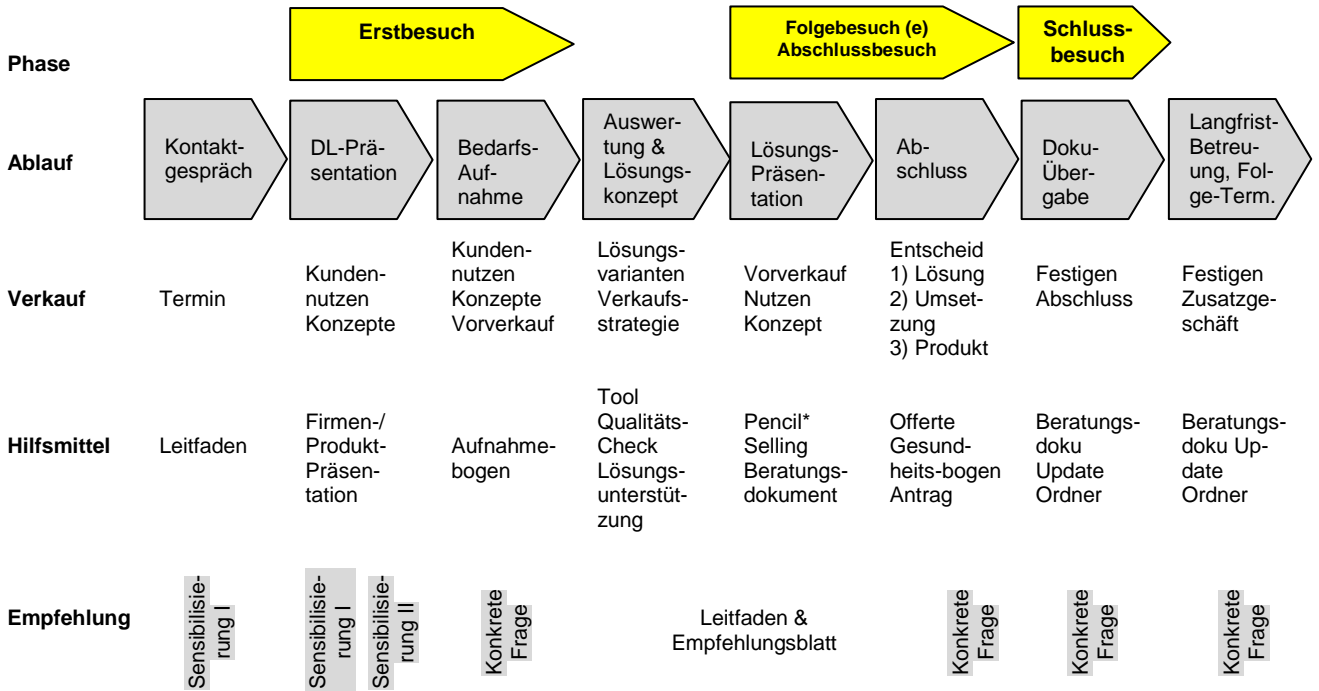
| AD-MA | Sparte | Prämienvolumen (Umsatz) in CHF 1000 | Versicherungsart |
|---|--|-------------------------------------|--|
| Privatkundenberater (PKB) | • Nichtleben einzeln (52.9% Anteil) | 368 | • Motorfahrzeugversicherung • Hausrat • Privathaftpflichtversicherung |
| | • Nichtleben kollektiv (26.4% Anteil) | 184 | • Unfallversicherung (UVG) • Krankenversicherung (KTG) • Sachversicherung • Haftpflichtversicherung |
| | • Einzelleben (20.7% Anteil) | 144 | • Lebensversicherung |
| | Total (PKB) | 696 | alle Versicherungsarten |
| | Kommentar | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • jeder PKB schliesst pro Jahr 40 neue Lebensversicherungspolizen ab • jeder PKB schliesst pro Jahr 240 neue Nichtlebensversicherungspolizen ab • das durchschnittliche Prämienvolumen ohne Spartenberücksichtigung beträgt CHF 5'900 | | | |
| Firmenkundenberater (Unternehmen & öffentl. Verwaltungen) (FKB) | • Nichtleben einzeln (29.4% Anteil) | 294 | • Motorfahrzeugversicherung • Hausrat • Privathaftpflichtversicherung |
| | • Nichtleben kollektiv (41.2% Anteil) | 412 | • Unfallversicherung (UVG) • Krankenversicherung (KTG) • Sachversicherung • Haftpflichtversicherung |
| | • Einzelleben (14.7% Anteil) | 147 | • Lebensversicherung |
| | • Kollektivleben (14.7% Anteil) | 147 | • 2. Säule (BVG) |
| | Total (FKB) | 1'000 | alle Versicherungsarten |
| Kommentar | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • ohne Spartenberücksichtigung ergibt sich pro Kunde ein Prämienvolumen von Ø CHF 50'000 | | | |
| generell | <ul style="list-style-type: none"> • pro Woche sollen neu 15 Kundenbesuche gemacht werden • der ID soll vorgängig alle bestehenden Privat- und Firmenkunden 2x telefonisch kontaktieren, um die jeweils 12.5% Privat- und Firmenkunden für die anschliessende Bearbeitung durch den AD zu selektionieren • es wird von einer Bearbeitungserfolgsquote von 100% ausgegangen • Neukundengewinnung: Fokus auf der Wertschöpfungskette • Kundenbindung: Fokus auf den Vertragserneuerungen • Kundenwiedergewinnung: Fokus auf «Einzel- & Kollektivleben» | | |

1.1.17. Zeitstrahl von der Akquisition bis zur Provisionierung für einen Privatkundenberater (PKB) der Pegasus (Schweiz) AG, 2012

| Akquisition | 1. Termin | 2. Termin | 3. Termin | 4. Termin | Provisionierung |
|----------------------|---|---|--|---|-----------------|
| 1 Woche | 2 – 3 Wochen | 4 Wochen | 3 Wochen | 4 – 8 Wochen | |
| Telefonat bis Termin | Dossier auswerten (Aufnahmebogen) | Bedenkzeit Kunde evtl. Abklärungen | Verarbeitung Antrag Reinschrift Dossier Terminvereinbarung für Schlussbespr. | Wartezeit bis Kunde zahlt Provisionierung | |
| Kundendossier holen | Kundenofferten besprechen 1. Abschlusschance | Offerten/Variante besprechen Abschluss | Übergabe Reinschrift Empfehlung nächster Termin | | |

| Kriterium | Beschreibung |
|------------------|--|
| Dauer Zeitstrahl | Von der Kontaktaufnahme bis zum erfolgreichen Abschluss: <ul style="list-style-type: none"> • Best Case: 3.5 Monate • Worst Case: 4.5 Monate |
| Eckdaten | <ul style="list-style-type: none"> • 10 Kundenbesuche pro Woche <ul style="list-style-type: none"> • 6 Abschlüsse im Nichtleben-Bereich pro Woche • 1 Abschluss im Einzelleben-Bereich pro Woche • im Nichtleben-Bereich sind Ø 2 Kundenbesuche für einen Abschluss nötig • im Einzelleben-Bereich Ø 3 Kundenbesuche für einen Abschluss nötig |

1.1.18. Verkaufsprozess der Pegasus (Schweiz) AG, 2012 (aus Beratersicht)



*Pencil Selling: Argumentation mit Stift & Anschauungsmaterial

1.1.19. Mustereinkommens-Berechnungen für die Pegasus-AD-MA im Jahr 2012

| Position | Posten | Direkt ohne Vermittler | | |
|----------|--|------------------------|--------------------|--------------------|
| | | Variante 1 | Variante 2 | Variante 3 |
| 1 | Entschädigungsrelevante Provisionen für die Superprovisions-Berechnung | CHF 50'000 | CHF 75'000 | CHF 100'000 |
| 2 | Fixum / Basislohn | CHF 16'000 | CHF 16'000 | CHF 16'000 |
| 3 | Spesen (35% von Position 1) | CHF 17'500 | CHF 26'250 | CHF 35'000 |
| 4 | Superprovision | CHF 20'000 | CHF 30'000 | CHF 50'000 |
| | Gesamtlohn | CHF 103'500 | CHF 147'250 | CHF 201'000 |

2. Auftrag

Als neuer Verkaufsspezialist bei der Pegasus (Schweiz) AG haben Sie folgende Aufgaben zu lösen:

Verwenden Sie für die Lösung der Aufgabe 1 das Aufgaben-/Lösungsblatt von Seite 19 und 20. Achten Sie auf dieses Zeichen ✎ machen Sie in den Feldern Ihre Einträge.

Verwenden Sie für die weiteren Aufgaben die karierten, zur Verfügung gestellten Lösungsblätter.

- 1. Aufgabe** (Seiten 19/20) **12 Punkte**
Situationsanalyse 2012
Erstellen Sie eine SWOT-Analyse in einer SWOT-Matrix für die Pegasus (Schweiz) AG, bestehend aus je vier Merkmalen der zwei Umwelt- und zwei Unternehmens-Faktoren mit je zwei Ableitungen pro Quadrant. Verwenden Sie den beigelegten Raster (ausfüllen der freien weissen Felder).

- 2. Aufgabe** **10 Punkte**
Dienstleistungs-Umsatzplanung 2013
In der Verkaufsregion Zentral-CH der Pegasus (Schweiz) AG soll 2013 die Geschäftsstelle «LU-Amt Luzern 1 Stadt» und die Geschäftsstelle «LU-Amt Luzern 2 Kriens» zur Generalagentur «Amt Luzern», mit Sitz in der Stadt Luzern, zusammengelegt werden.
Erstellen Sie eine Umsatzplanung (Bruttoprämien) für das Jahr 2013 in Tabellenform. Dabei ist von folgenden Wachstumsraten auszugehen:

 - Sparte Einzelleben (Privatkunden): + 1%
 - Sparte Kollektivleben (Firmen): + 1.5%
 - Sparte Nichtleben einzeln (Privatkunden): + 2%
 - Sparte Nichtleben (Firmen): + 2%

- 3. Aufgabe** **Total 27 Punkte**
Verkaufsstrategie 2013
Das Teil-Gebiet «LU-Amt Luzern 1 Stadt» ist für die Verkaufsbearbeitung durch die Pegasus (Schweiz) AG neu zu organisieren. Machen Sie konkrete, begründete Vorschläge in Tabellenform bezüglich:

 - 3.1. Produktselektion** (siehe Seiten 2/3/12) **4 Punkte**
Tabelleninhalt: Sparte / %-Anteil (Ist/Soll) / Versicherungskategorie / Versicherungsleistung

 - 3.2. Kundenselektion** (siehe Seiten 9/10/11) **3 Punkte**
Tabelleninhalt: Kundenart / -Potenzial / Anzahl bestehende Pegasus-Kunden / verbleibendes Kundenpotenzial

- 3.3. **Feldeinteilung (AD-Gebiete)** (siehe Seiten 9/10/11/12) **8 Punkte**
Tabelleninhalt: AD-Gebiet-Nr. / Quartiere der Stadt Luzern (Nr. / Beschreibung) / Kunden-Anzahl (Abschluss bei jedem 8. bestehenden Kunden / Neukunden / Total) / Anzahl Kundenkontakte bei Privat- & Firmenkunden
- 3.4. **Kontaktform & -qualität** **6 Punkte**
Tabelleninhalt: Art & Form (persönlich-direkt / persönlich-indirekt / unpersönlich-indirekt) / Kontaktqualität (Vorgehen / Inhalt / Dauer / Häufigkeit)
- 3.5. **Kontaktquantität** (siehe Seiten 10/11/12) **4 Punkte**
Tabelleninhalt: Kundenart & Kundenklasse / Anzahl Kunden (% / nominell) / Kontaktquantität (AD / ID)
- 3.6. **Kontaktperiodizität** **2 Punkte**
Tabelleninhalt: Kontaktperiodizität (AD / ID) / Kontakte pro Jahr (AD / ID)
4. **Aufgabe** **8 Punkte**
Personal-Berechnung 2013
Das Teil-Gebiet «LU-Amt Luzern 1 Stadt» hat am Potenzial des Kantons LU einen Anteil von 26.5%. Berechnen Sie die Anzahl der für die Marktbearbeitung benötigten Pegasus-AD-MA und Pegasus-ID-MA. Begründen Sie ihre Überlegungen.
5. **Aufgabe** (siehe Seiten 9/10/11) **10 Punkte**
Einsatzplan 2013
Erarbeiten Sie einen detaillierten Gliederungsplan in Tabellenform mit Begründung für den AD der neuen Pegasus-**Generalagentur «Amt Luzern»**.
Tabelleninhalt: AD-Gebiet-Nr. / Gemeinden im Amt Luzern / Kunden-Potenzial (Anzahl HH/KMU's) / Kundenklasse (Privatkunden-bestehend & Neukunden / Firmenkunden bestehend & Neukunden) Kontaktquantität pro Jahr / AD-Besuche pro Jahr
6. **Aufgabe** (siehe Seite 14) **Total 6 Punkte**
Verkaufsprozess der Pegasus (Schweiz) AG, 2012
Beantworten Sie zur Grafik auf Seite 14 folgende Fragen:
- 6.1. Was kommt im Ablauf vor dem Kontaktgespräch? **2 Punkte**
- 6.2. Welche Phase folgt nach dem Schlussbesuch? **2 Punkte**
- 6.3. Wo liegen bei diesem Verkaufsprozess die kritischen Punkte? **2 Punkte**

- 7. Aufgabe** **6 Punkte**
Aufbau-Organisation 2013
Zeichnen Sie ein Organigramm des Verkaufsbereiches der neuen Pegasus-Generallagentur «Amt Luzern» mit Begründung.
- 8. Aufgabe** (siehe Seite 15) **6 Punkte**
Motivationsplan 2013
Erarbeiten Sie einen begründeten, tabellarischen Vorschlag für ein zeitgemässes, Entlohnungssystem (Kombination von fix/variabel) für die AD-MA der Pegasus (Schweiz) AG unter Miteinbezug der auf Seite 15 dargestellten Muster-Einkommensberechnung.
- 9. Aufgabe** (siehe Seite 13) **Total 9 Punkte**
Verkaufs-Kontrollplanung 2013
- 9.1. Heute findet die AD-Leistungsmessung mittels Vertriebsstatistik statt; sie bildet nur die abgerechneten Geschäfte ab. Somit werden die getätigten Verkaufsanstrengungen erst nach ca. 3.5 Monaten betrachtet (vgl. Seite 13 der Fallstudie). **4 Punkte**
Erstellen Sie einen tabellarischen Kontrollraster, der den ganzen Prozess von der Anbahnung bis zum Abschluss erfasst.
- 9.2. Erarbeiten Sie einen generellen, tabellarischen Kontrollraster für die Pegasus-AD-MA, worin die Ergebniskontrolle und die Ausführungskontrolle pro Kunde mit Ist-/Soll-Werten erfasst werden. **5 Punkte**
- 10. Aufgabe** **6 Punkte**
Zusammenarbeit zwischen ID und AD 2013
Auf einen ID-MA kamen bis anhin vier AD-MA. Die Zusammenarbeit ist neu zu organisieren. Was ist Ihrer Meinung nach das situativ angemessene Arbeitsverhältnis mit den zugehörigen Schnittstellen zwischen dem AD und dem ID?
Nehmen Sie in einer Tabelle fundiert Stellung zu folgenden sechs Merkmalen: Telefonische Terminvereinbarung, administrative Arbeiten im Zusammenhang mit der Vor- & Nachbereitung von Kundenbesuchen, Nachfassung (follow up) nach Verkaufsaktionen, Neukundenakquisition, Offertwesen, Reklamationswesen.

| | |
|----------------|-------------|
| Lösungsblatt | Seite |
| Vorname..... | Name..... |
| Kand.-Nr. | |

1. Aufgabe

10 Punkte

Erstellen Sie eine SWOT-Analyse in einer SWOT-Matrix für die Pegasus (Schweiz) AG, bestehend aus je vier Merkmalen der zwei Umwelt- und zwei Unternehmens-Faktoren mit je zwei Ableitungen pro Quadrant. Verwenden Sie den nachstehenden Raster (ausfüllen der freien weissen Felder).

SWOT-Analyse mit SWOT-Matrix der Pegasus (Schweiz) AG, 2012 ✍ : siehe Seite 20

| | | Umweltfaktoren (externe Faktoren) | | | |
|--|--|-----------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| | | Opportunities (Chancen) - O | | Threats (Risiken//Gefahren) - T | |
| | | O1 | | T1 | |
| | | O2 | | T2 | |
| | | O3 | | T3 | |
| | | O4 | | T4 | |
| Unternehmensfaktoren (interne Faktoren) | | Strengths (Stärken) - S | Stärken/Chancen-Strategie (SO) | Stärken/Risiken-Strategie (ST) | |
| | | S1 | • | • | |
| | | S2 | | | |
| | | S3 | • | • | |
| | | S4 | | | |
| | | Weaknesses (Schwächen) – W | | Schwächen/Chancen-Strategie (WO) | Schwächen/Risiken-Strategie (WT) |
| | | W1 | • | • | |
| | | W2 | | | |
| | | W3 | • | • | |
| | | W4 | | | |