

A man with a beard and glasses is sitting at a desk in an office, talking on a mobile phone. He is wearing a grey blazer over a white shirt. The background is a blurred office environment. There are two large, semi-transparent circular shapes overlaid on the image: a pink one on the left and a teal one at the bottom center.

**Januar 2025**

**PRODUKTKATALOG**

IDD E-Training

[pinktum.com](https://pinktum.com)

**PINKTUM**

# PINKTUM

## IDD-E-Learnings

**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

## Führungskompetenz

---

### Grundlagen der Führung

|  |    |
|--|----|
| Onboarding im Versicherungsunternehmen: Strategien für gelunge...  | 5  |
| In der Versicherungswirtschaft mit Lob und Anerkennung führen      | 6  |
| Fluktuation aktiv senken – Zufriedene Teams für die kundenorien... | 7  |
| Bindungskräfte entfalten – Leistungsstarke Teams für die kunde...  | 8  |
| Kundenorientierte Entscheidungen in der Versicherungswirtschaft... | 9  |
| Aufgaben im Versicherungs-unternehmen delegieren                   | 10 |

### Teams führen

|   |    |
|---|----|
| Eine Lernkultur im Versicherungs-unternehmen etablieren – für mehr. | 11 |
| Mental Health im Versicherungsunternehmen: Bessere psychische...    | 12 |
| Fehlerkultur in Versicherungsunternehmen – Konstruktiv und kun...   | 13 |
| Vielfältige Rollen, gemeinsamer Erfolg – Kundenzentrierte Zusam...  | 14 |
| Phasen der Teamentwicklung im Versicherungswesen – Gemein...        | 15 |
| Interkulturelle Kommunikation im Versicherungsteam – Gemein...      | 16 |
| Kundenzentrierte Teamarbeit in der Versicherungsbranche entwick...  | 17 |

### Virtuelle / Hybride Teams führen

|   |    |
|---|----|
| Kommunikation in virtuellen Versicherungsteams – Gemeinsam...     | 18 |
| Versicherungsmitarbeitende im Homeoffice führen und motivieren... | 19 |

### Führungsstile und -rollen

|   |    |
|---|----|
| Change Management – Veränderungsprozesse im Versicherung...         | 20 |
| Coaching in der Versicherungsarbeit – Mitarbeitende im kundenori... | 21 |

# Inhaltsverzeichnis

## Selbstkompetenz

---

### Sich organisieren

Versicherungs-kundinnen und kunden aus dem Home-office betreuer ..... 22

### Sich positionieren

Nachhaltigkeit im Versicherungsunternehmen – sozial, ökonomisch... ..... 23

### Sich entwickeln

Ideen im Versicherungsunternehmen kundenorientiert umsetzen – ... ..... 24

Unternehmerisch denken, kundenzentriert handeln: Entscheidungen... ..... 25

Problemlösung im Versicherungsunternehmen – Von der Analyse... ..... 26

Künstliche Intelligenz im Versicherungswesen – Selbstsicher und... ..... 27

Unconscious Bias und Vorurteile abbauen – Versicherungskundin... ..... 28

# Inhaltsverzeichnis

## Businesskompetenz

---

### Verkaufen

|  |    |
|--|----|
| Strategischer Vertrieb in der Versicherungswirtschaft – Kundinnen... | 29 |
| Strategischer Vertrieb in der Versicherungswirtschaft – Schlüs...    | 30 |
| Strategischer Vertrieb in der Versicherungswirtschaft – Kunden...    | 31 |
| Effektiv mit Versicherungskundinnen und -kunden telefonieren         | 32 |
| Die Bedarfe von Kundinnen und Kunden in der Versiche-rungs...        | 33 |
| Wertschätzende Beziehungen in der Beratung von Ver...                | 34 |
| Die Nutzen-argumentation in der Beratung von Versi-cherungs...       | 35 |
| Einwände von Versicherungskundinnen und -kunden mit bedarfs...       | 36 |
| Kundenberatungen in der Versicherungswirtschaft erfolgreich ab...    | 37 |
| Kundenberatungen in der Versicherungswirtschaft erfolgreich initi... | 38 |

### Verhandeln

|   |    |
|---|----|
| Online-Verhandlungen mit Versicherungskundschaft professionell...     | 39 |
| Professionell und kunden--orientiert verhandeln in der Ver-sicherungs | 40 |

### Moderation & Präsentation

|  |    |
|--|----|
| Souverän und kunden-zentriert präsentieren in der Versicherungs... | 41 |
| Online kundenzentriert präsentieren in der Versicherungswirtschaft | 42 |
| Kundenorientierte Meetings in der Versicherungsberatung mod...     | 43 |
| Online-Meetings mit Versicherungskundinnen und -kunden mod...      | 44 |

## Agilität & Innovation

|  |    |
|--|----|
| Lean Management in Versicherungsunternehmen – Grundlagen für...    | 45 |
| Lean Management in Versicherungsunternehmen – Kundenfokus...       | 46 |
| Big Data und Künstliche Intelligenz in der Versicherungswirtschaft | 47 |
| Digitalisierung verstehen und für die Kundenberatung in der Ver... | 48 |
| Agile Führung – Mitarbeitende bei Herausforderungen der moder...   | 49 |

## Strategie

|   |    |
|---|----|
| Customer Centricity in der Versicherungsberatung – Kundinnen und... | 50 |
|---|----|

# Inhaltsverzeichnis

## Kommunikations- und Interaktionskompetenz

---

### Kommunikation

|  |    |
|--|----|
| Kunden-orientierte Argumentation mit der Fünf-satz-technik – Ver... .. | 51 |
| Versicherungskundschaft überzeugend und kundenorientiert berat... ..   | 52 |
| Grundlagen der kundenorientierten Kommunikation nach Schulz... ..      | 53 |
| Kundenorientierte Ansprache in der Versicherungsberatung durch... ..   | 54 |
| Wertschätzend und kundenorientiert kommunizieren in der Ver... ..      | 55 |
| So funktioniert kundenorientierte Kommunikation in der Ver... ..       | 56 |
| Fragetechniken zur Ermittlung der Bedürfnisse von Ver... ..            | 57 |
| Bedarfsgerechte Kommunikation mit unterschiedlichen Ver... ..          | 58 |

### Konfliktmanagement

|   |    |
|---|----|
| Die sechs Strategien der Konfliktlösung: Konflikte im Ver... .. | 59 |
|---|----|

# Onboarding im Versicherungsunternehmen: Strategien für gelungenes Einarbeiten



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 50 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

## 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

# In der Versicherungswirtschaft mit Lob und Anerkennung führen



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 50 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

## Lernziele

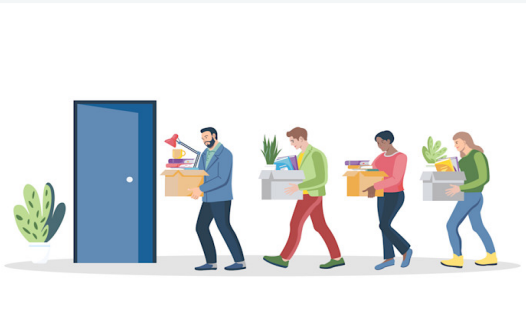
- Mehr Wertschätzung in den Arbeitsalltag im eigenen Versicherungsunternehmen zu integrieren
- Gegenüber Versicherungskund:innen und Angestellten eine wertschätzende Haltung einzunehmen
- Kritik wertschätzend zu kommunizieren
- Authentisch zu sein
- Sich selbst gegenüber wertschätzend zu sein

## 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

ZUM KURS

## 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

ZUM KURS

## 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

# Kundenorientierte Entscheidungen in der Versicherungswirtschaft treffen



## Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

## 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

# Aufgaben im Versicherungs-unternehmen delegieren



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

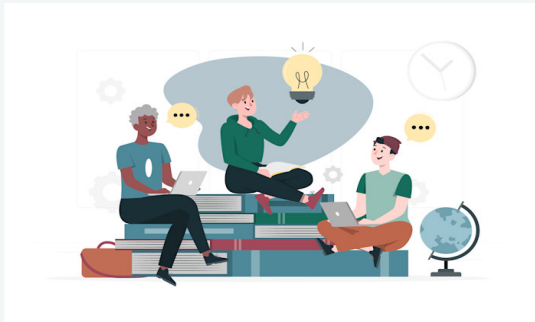
## Lernziele

- 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

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



## Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 50 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

## 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

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



## Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 50 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

## 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

# Fehlerkultur in Versicherungsunternehmen – Konstruktiv und kundenorientiert mit Fehlern



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 70 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

## 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

# Vielfältige Rollen, gemeinsamer Erfolg – Kundenzentrierte Zusammenarbeit im Ver-



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

## 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



# Phasen der Teamentwicklung im Versicherungswesen – Gemeinsam kundenzentriert



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

## 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

# Interkulturelle Kommunikation im Versicherungsteam – Gemeinsam kundenzentriert



## Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

## 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

# Kundenzentrierte Teamarbeit in der Versicherungsbranche entwickeln



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 90 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

## 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

# Kommunikation in virtuellen Versicherungsteams – Gemeinsam kundenzentriert han-



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 50 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

## 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

# Versicherungsmitarbeitende im Homeoffice führen und motivieren – Gemeinsam kunden-



## Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 70 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

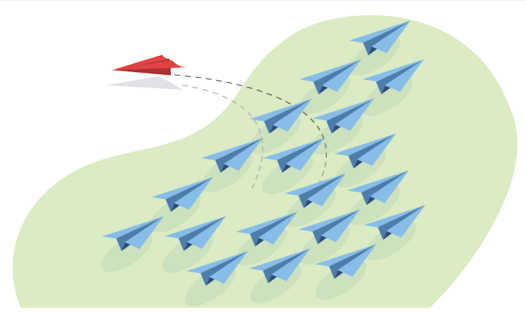
## Lernziele

- 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

# Change Management – Veränderungsprozesse im Versicherungsunternehmen er-



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

## 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

# Coaching in der Versicherungsarbeit – Mitarbeitende im kundenorientierten Handeln



## Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 50 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

## 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

# Versicherungs-kundinnen und kunden aus dem Home-office betreuen



Verfügbar in den Sprachen:



Deutsch

IDD

 50 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

## 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



# Nachhaltigkeit im Versicherungsunternehmen – sozial, ökonomisch und ökologisch arbeiten



## Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 50 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

## 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

# Ideen im Versicherungsunternehmen kundentorientiert umsetzen – wie aus Absichten Tat-



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 45 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

## 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

ZUM KURS

## 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

# Problemlösung im Versicherungsunternehmen – Von der Analyse bis zur Kunde-



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

## 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

# Künstliche Intelligenz im Versicherungswe- sen – Selbstsicher und kundenzentriert ins



## Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 50 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

## 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

# Unconscious Bias und Vorurteile abbauen – Versicherungskundinnen und -kunden



Verfügbar in den Sprachen:



IDD

 50 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

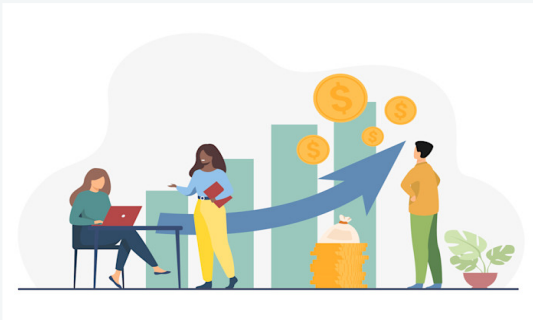
## Lernziele

- 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

# Strategischer Vertrieb in der Versicherungswirtschaft – Kundinnen und Kunden



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

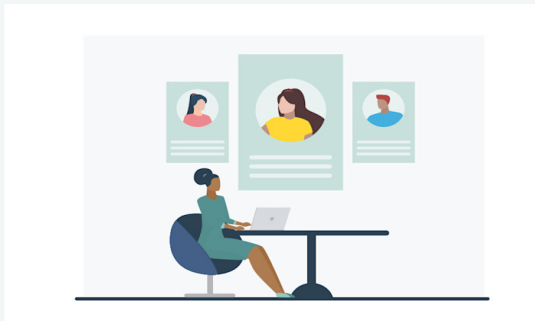
## Lernziele

- 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

ZUM KURS

## 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

ZUM KURS

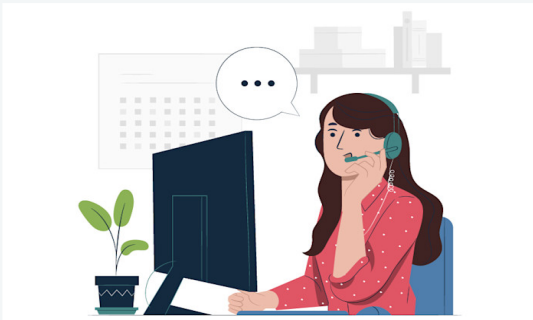
## Lernziele

- 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

# Effektiv mit Versicherungskundinnen und -kunden telefonieren



## Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 80 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

## 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

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



## Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

## 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

ZUM KURS

## 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

ZUM KURS

## 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

ZUM KURS

## 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

ZUM KURS

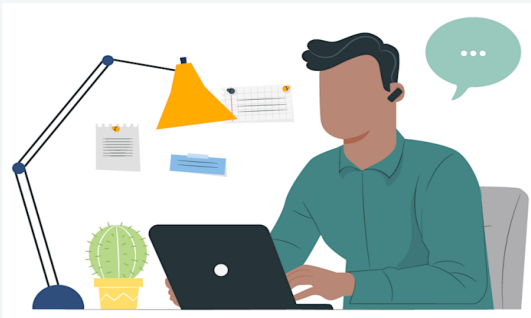
## Lernziele

- 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

# Kundenberatungen in der Versicherungswirtschaft erfolgreich initiieren



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

## 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



# Online-Verhandlungen mit Versicherungskundschaft professionell führen



Verfügbar in den Sprachen:



Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

## 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-branch



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

## 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

# Souverän und kunden-zentriert präsentieren in der Versicherungs-wirtschaft



## Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 70 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

## 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

ZUM KURS

## 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

ZUM KURS

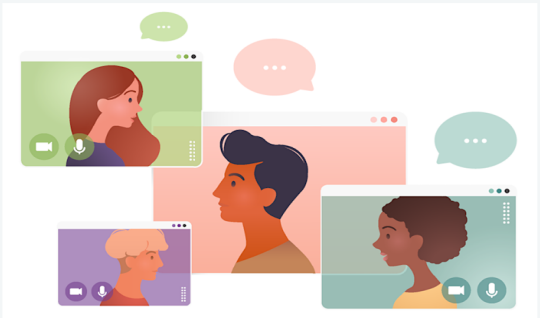
## Lernziele

- 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

**ZUM KURS**

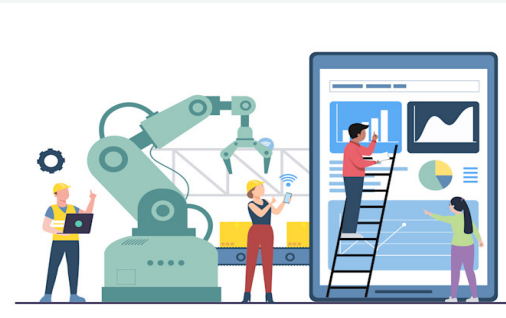
## Lernziele

- 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

# Lean Management in Versicherungsunternehmen – Grundlagen für mehr Kunden-



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 50 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

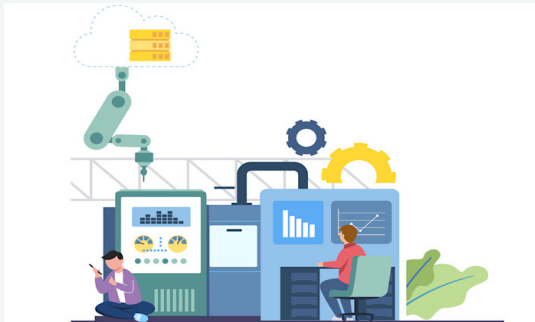
## Lernziele

- 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

ZUM KURS

## 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



# Big Data und Künstliche Intelligenz in der Versicherungswirtschaft



## Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

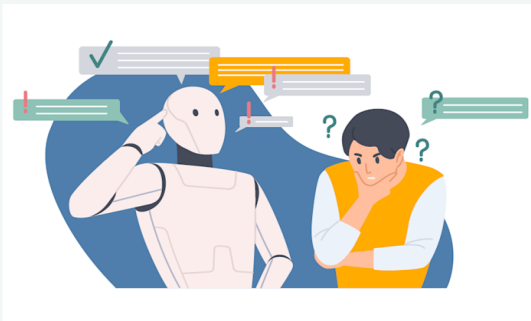
## Lernziele

- 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

ZUM KURS

## 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

# Agile Führung – Mitarbeitende bei Herausforderungen der modernen Versicherungsber-



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 50 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

## 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

# Customer Centricity in der Versicherungsberatung – Kundinnen und Kunden verstehen und



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 65 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

## 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

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



## Verfügbar in den Sprachen:



IDD

 100 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

## 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 Versicherungs-kundinnen 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

[ZUM KURS](#)

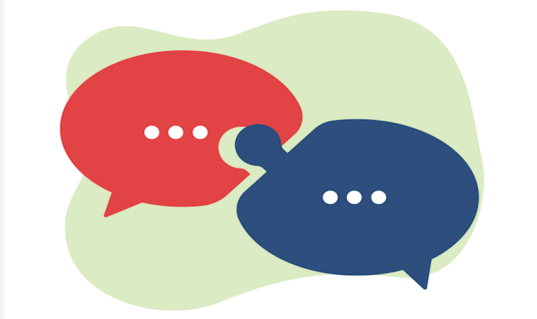
## Lernziele

- 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

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



## Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 50 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

## 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

ZUM KURS

## Lernziele

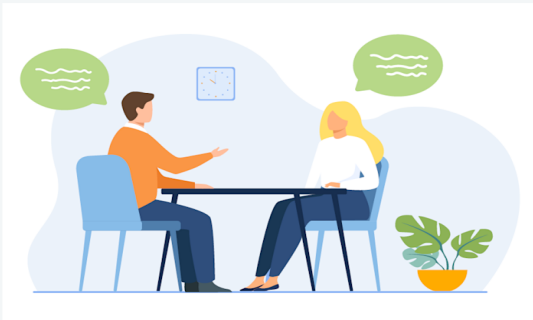
- Aktives Zuhören als Methode im Beratungsgespräch mit Versicherungskund:innen einsetzen können
- Bedürfnisse des Gegenübers erkennen und eine kundenorientierte Ansprache sicherstellen
- Techniken des aktiven Zuhörens zielführend nutzen, um wichtige Informationen, zum Beispiel zum Versicherungsbedarf, 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

ZUM KURS

## 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

ZUM KURS

## 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

ZUM KURS

## 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

ZUM KURS

## 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

# Die sechs Strategien der Konfliktlösung: Konflikte im Versicherungswesen kundenorien-



Verfügbar in den Sprachen:

 Deutsch

IDD

 60 Minuten anrechenbare Bildungszeit

ZUM KURS

## 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

# 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](https://pinktum.com)

