

Für die Presse

04.02.2015

DOMCURA unterstützt *gut beraten*: Rück- und Ausblick

Arne Bröker, Abteilungsleiter Key-Account und Referent von gut beraten-Präsentationen, beleuchtet das Engagement der DOMCURA AG

Kiel – Herr Bröker, im Juli 2014 ist die DOMCURA AG der Brancheninitiative gut beraten beigetreten, um als Bildungsdienstleister und Trusted Partner ihren Beitrag für eine nachhaltige Beratungsqualität im Markt zu leisten. Mit Blick auf die letzten Monate: Ist dies in Ihren Augen gelungen?

„Ich bin der Meinung, dass die Initiative voll und ganz im Markt, insbesondere bei den Vertriebspartnern, angekommen ist. Im Rahmen unserer Online-Präsentationen nach *gut beraten*-Standards stelle ich immer wieder aufs Neue fest, dass unsere Partner dieses Weiterbildungsangebot sehr gerne wahrnehmen. Dafür spricht im Übrigen auch, dass wir kontinuierlich eine hohe dreistellige Zahl an Teilnehmern zu unseren Schulungen begrüßen können. Um die gewünschte Nachhaltigkeit im Markt zu erreichen, muss dieses Thema sowohl von Schulungsanbietern als auch seitens der Teilnehmer kontinuierlich hochgehalten werden.“

Stichwort Online-Präsentationen: Welche Themen bieten Sie Ihren Partnern hier an?

„Als Assekuradeur haben wir unsere Wurzeln im Sachversicherungsbereich. Der Teilnehmer kann sich beispielsweise über Wohngebäude- oder Hausratthemen informieren, genauso wie zu aktuellen Fragen der Haftpflicht-, Rechtsschutz- oder Unfallversicherung. In den letzten Jahren haben wir unser Produktportfolio stetig erweitert: Mit hohem Erfolg und Know-how betreiben wir auch das Pflege- bzw. Krankenzusatzgeschäft. Hier gibt es ebenfalls entsprechende Online-Präsentationen. Sie sehen, die Liste der Themen ist lang. Egal, ob es sich um Sach- oder Personenversicherungsthemen handelt: Wichtig ist, dass die zu vermittelnden Informationen kurzweilig und anschaulich dargestellt werden. Das gilt insbesondere auch für Schulungen zum Gewerbesegment.“

Wie sieht es im Rahmen Ihrer Schulungen hinsichtlich der im Markt bereits viel zitierten Praxisnähe aus?

„Natürlich ist das sehr wichtig! Wir wollen uns den Maklern als kompetentes und innovatives Unternehmen präsentieren, das die Anliegen seiner Kooperationspartner kennt und sich derer annimmt. Außerdem versuchen wir jedes Mal, den Bogen etwas weiter zu spannen. Heißt: Wir klammern uns nicht an den Themenblock, sondern schauen auch nach links und rechts. Unter dem Stichwort einer ganzheitlichen Beratung informieren wir über die Bedeutung einzelner Produkte und zeigen auch Cross-Selling Potenziale auf; womit wir dann neue Impulse für den Vertrieb liefern. Wir würzen Fachinformationen mit der vertrieblichen Komponente – das verstehen wir unter Praxisnähe.“

Welches konkrete Feedback bekommen Sie aus der Vermittlerschaft?

„Zunächst freuen wir uns, dass wir ein umfassendes Feedback bekommen. Das ist nicht selbstverständlich, schließlich wollen die Teilnehmer wieder schnell ihrem Alltagsgeschäft nachgehen. Andererseits versuchen wir auch aktiv, dieses Feedback einzufordern. Es ist uns wichtig, die Online-Präsentationen nicht im luftleeren Raum zu halten, sondern die Makler mitzunehmen. Beispielsweise



werden Themenvorschläge geliefert oder auch Wünsche, bestimmte Sachverhalte aus den Produkten näher zu erläutern. Wir sehen uns nicht nur als Referenten, sondern als Partner, die Lösungen und Hilfestellungen anbieten. Mit dieser Haltung wollen wir unsere *gut beraten* Schulungen in 2015 noch stärker im Markt etablieren.“

Zum Unternehmen:

Die DOMCURA AG ist als Assekurateur Anbieter von Premium-Deckungskonzepten sowohl für den privaten als auch gewerblichen Bereich. Mit über 260 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ist das Kieler Unternehmen bundesweit mit großem Erfolg tätig. Die DOMCURA kooperiert mit über 5.000 Maklern, Mehrfachagenten und Finanzdienstleistern sowie Maklerpools und Versicherungsportalen.

Ihr Ansprechpartner:

Tobias Janaschke
Pressereferent

DOMCURA AG, Theodor-Heuss-Ring 49, 24113 Kiel
Tel. +49 (0) 431 54654-347
Fax +49 (0) 431 54654-99347
t.janaschke@domcura.de / www.domcura.de

