



inside LERNSKRIPT

FÜR DEN VERSICHERUNGS-AUSSENDIENST

FACHTHEMA:

■ DIE VERKAUFSPRAKTISCHE PRÜFUNG

ISBN 3-89872-035-7

© inside – Verlag für neue Medien GmbH

Krantzstraße 7
52070 Aachen
Tel.: 0241-18292-0

Texte und Tabellen wurden mit größter Sorgfalt erstellt. Der Verlag kann für eventuell verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen weder eine juristische Verantwortung noch irgendeine Haftung übernehmen. Die vorliegende Publikation ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte vorbehalten.

Kein Teil des Lernskripts darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlags in irgendeiner Form durch Fotokopie, Mikrofilm oder andere Verfahren reproduziert oder in eine für Maschinen, insbesondere Datenverarbeitungsanlagen, verwendbare Sprache übertragen werden. Auch die Rechte der Wiedergabe durch Vortrag, Funk und Fernsehen sind vorbehalten.

1. überarbeitete Auflage 2005 (Stand: Juni 2005)

	Seite
1. Lernvorbereitung	7
1.1 Aufbereitung der Lerninhalte	8
1.1.1 Allgemeines zu Prüfungen	8
1.1.2 Phase der Aufbereitung der Lerninhalte	9
1.1.3 Zeitmanagement	10
1.1.3.1 Zeitfresser	10
1.2 Lernen und Vertiefen I	12
1.2.1 Die biologischen Voraussetzungen des Lernens	12
1.2.1.1 Das Gedächtnis	12
1.2.1.2 Die Leistungskurve	14
1.2.1.3 Emotionen und Lernen	14
1.3 Lernen und Vertiefen II	15
1.3.1 Arbeitstechniken	15
1.3.1.1 Lernen in der Gruppe	15
1.3.1.2 Alleine lernen	16
1.3.1.3 Lesetechniken	17
1.3.1.4 Merktechniken	18
1.3.1.5 Die Lernkartei	19
1.3.1.6 Selbstpräsentation und Kommunikation	19
1.4 Angst vor Prüfungen	22
2. Das Verkaufsgespräch	34
2.1 Verkauf – Verkäufer	35
2.1.1 Verkaufskompetenzen	36
2.1.2 Positives Selbstverständnis	37
2.1.3 Gesprächsregeln	40
2.2 Phasen eines Verkaufsgesprächs	45
2.2.1 Gesprächsvorbereitung	46
2.2.2 Kontaktphase	49
2.2.2.1 Erster Eindruck – Äußere Erscheinung	50
2.2.2.2 Begrüßung und Vorstellung	52
2.2.2.3 Gesprächseinstieg	54
2.2.3 Angebotsphase	57
2.2.3.1 Bedarfsanalyse	57
2.2.3.2 Argumentation	64
2.2.3.3 Einwände	69
2.2.4 Abschlussphase	73
2.2.4.1 Kaufsignale	74
2.2.4.2 Abschlusstechniken	75
2.2.4.3 Antragsaufnahme	76
2.2.4.4 Verabschiedung	77
2.2.5 Gesprächsnachbereitung	77

3. Die verkaufspraktische Prüfung (Stand 09/2004)	91
3.1 Ziele der Neuausrichtung der verkaufs- praktischen Prüfung	92
3.1.1 Vertriebsnähere Gestaltung der Prüfung	92
3.1.2 Nachweis des Kandidaten, dass er bedarfs- gerechte Lösungen für den Kunden erarbeiten kann	93
3.1.3 Die Prüfung soll keine zweite fachkundliche Prüfung darstellen	94
3.2 Eckwerte der neuen verkaufspraktischen Prüfung	94
3.2.1 Die Wahlbereiche	94
3.2.2 Der zeitliche Rahmen	95
3.3 Instrumente und Hilfsmittel	97
3.3.1 Protokollbogen	97
3.3.2 Positiv-Negativ-Liste	99
3.3.3 Stützsкала	100
3.3.4 Fallvorgaben	101
3.4 Die Rolle des Prüfers als Kunde	108
Lösungen: Fragen zur Wiederholung Kapitel 1-3	115
Anhang	135
Schlagwortregister	155

Die Prüfung zum/zur Versicherungsfachmann/-fachfrau (BWV) enthält neben der schriftlichen Prüfung auch ein simuliertes Verkaufsgespräch, in dem die Kandidaten nachweisen müssen, dass sie in der Lage sind, die Bedürfnisse der Kunden zu erfassen und adäquate Produkte anzubieten.

Da der Erfolg von Versicherungsunternehmen in zunehmendem Maße vom Service am Kunden abhängt, steigt die Relevanz der verkaufspraktischen Ausbildung bei der Ausbildung zum/zur Versicherungsfachmann/-fachfrau stetig an.

Stellenwert der
verkaufspraktischen
Prüfung

Deshalb hat das BWV dem gewachsenen Stellenwert der verkaufspraktischen Ausbildung durch eine Neugestaltung des verkaufspraktischen Prüfungsteils Rechnung getragen:

Das simulierte Kundengespräch wurde auf 20 Minuten verlängert. Um eine stärkere Vertriebsnähe zu erreichen, muss der Kandidat nun bedarfsgerechte Lösungen aus einem von zwei Wahlbereichen erstellen.

Für die Prüfer wurde ein neuer Protokollbogen entwickelt, der der neuen Prüfungsausrichtung entspricht. Auch die Stützsкала und die Fallvorgaben wurden angeglichen.

3.1 Ziele der Neuausrichtung der verkaufspraktischen Prüfung

3.1.1 Vertriebsnähere Gestaltung der Prüfung

Die verkaufspraktische Prüfung umfasste bislang einen Zeitraum von 15 Minuten. Um den gestiegenen gesetzlichen Ansprüchen sowie den Ansprüchen der Kunden an Service und Beratungsqualität gerecht zu werden, wurde die Prüfungsdauer auf 20 Minuten verlängert.

Prüfungsdauer

Die zusätzliche Zeitspanne ermöglicht z.B. eine Annäherung an die umfassenden Auskunftspflicht und Informationspflichten der EU-Vermittlerrichtlinie: So haben die Kandidaten nun die Zeit, klare Erläuterungen zur Wahl der von ihnen empfohlenen Produkte zu geben und dem Prüferkunden genau anzugeben, warum sie unter Berücksichtigung der individuellen Bedürfnisse des Kunden bestimmte Produkte empfohlen haben.



Daneben wird dem Kandidaten aber auch mehr Zeit gegeben nachzuweisen, dass er während seiner Ausbildungszeit gelernt hat, sich durch Service am Kunden von anderen Vermittlern und Vertriebswegen abzuheben: Er kann nun wesentlich intensiver auf die Fallvorgaben eingehen und hat ein größeres Zeitfenster, um Servicehinweise – z.B. bezüglich der bestehenden Versicherungen – zu geben.

3.1.2 Nachweis des Kandidaten, dass er bedarfsgerechte Lösungen für den Kunden erarbeiten kann

Erlaubte das bisherige Zeitfenster lediglich relativ kurze Gespräche, um ein Angebot zu finden, so kann die zusätzliche Zeit vom Kandidaten dazu genutzt werden, den Prüferkunden intensiver nach seinen Bedürfnissen und Wünschen zu befragen. Er hat nun die Zeit, auch den weiteren Versicherungsbedarf im Wahlbereich zu hinterfragen, ihn zu erkennen und dem Kunden zu veranschaulichen.

Dies bringt für den Kandidaten den Vorteil, dass er durch die zusätzlich erhaltenen Informationen in die Lage versetzt wird

- Prioritäten in der Absicherung zu begründen und zu vereinbaren,
- konkrete Lücken zu ermitteln und zu schließen und
- ein Angebot zu erstellen, das den Wünschen und Bedürfnissen des Prüferkunden im gesamten Wahlbereich gerecht wird.

Schließlich hat der Kandidat nun die Zeit einen Antrag aufzunehmen.

Dem Prüfungsausschuss hingegen wird die Beurteilung erleichtert, ob der Kandidat in der Lage ist ein Verkaufsgespräch zu führen, ob er qualifizierte Fragen stellen kann und ob er diese in ein bedarfsorientiertes Angebot umsetzen kann.



3.1.3 Die Prüfung soll keine zweite fachkundliche Prüfung darstellen

Der Kandidat hat seine fachliche Qualifikation bereits im schriftlichen Prüfungsteil nachgewiesen, deshalb liegt der Schwerpunkt der verkaufspraktischen Prüfung auch nicht auf einer neuerlichen fachlichen Expertise. Die wesentlichen Beurteilungskriterien lauten hier:

Schwerpunkt

- Erfassen der Kundensituation
- Entwicklung kundengerechter Lösungen
- Verhalten in der Gesprächsführung

3.2 Eckwerte der neuen verkaufspraktischen Prüfung

3.2.1 Die Wahlbereiche

Anhand einer Fallvorgabe mit Legende, die eine allgemeine Verkaufs- und Beratungssituation wiedergibt, muss der Kandidat nach 15-minütiger Vorbereitungszeit einen Prüfer, der den Kunden spielt (Prüferkunden), in Versicherungsfragen beraten.

Der Kandidat hat die Möglichkeit im Vorfeld der Prüfung aus zwei Wahlbereichen auszuwählen, an welchen Versicherungssparten sich das Gespräch orientieren soll.

Die Wahlbereiche sind:

Wahlbereiche

Vorsorge, mit den Sparten:

- Krankenversicherung
- Unfallversicherung
- Lebensversicherung

oder

Sach-/Vermögensversicherung, mit den Sparten:

- Hausratversicherung
 - Gebäudeversicherung
 - Private Haftpflichtversicherung
-
-



-
- Kraftfahrtversicherung
 - Rechtsschutzversicherung

Konnte sich der Kandidat früher auf eine Versicherungssparte konzentrieren, so muss er sich nun in seinem Wahlbereich auf alle Sparten vorbereiten und kann keine Sparte aus dem Wahlbereich im Voraus abwählen.

Der Kandidat soll damit seine Kompetenz im gesamten Wahlbereich zeigen. Damit wird nicht der Anspruch an ihn gestellt, dass er jede Versicherungssparte seines Wahlbereichs bis in alle Einzelheiten beherrschen muss. Er muss jedoch deutlich machen, dass er erkennen kann, wo der Bedarf des Prüferkunden liegt und zu welcher Sparte ein Angebot für den Kunden helfen könnte seine Versicherungs-/Versorgungslücke zu schließen.

Bedarfsorientiertes
Angebot

Zur Unterstützung des Gesprächs verwendet der Prüfling die Verkaufsunterlagen seines Unternehmens.

3.2.2 Der zeitliche Rahmen

Der Kandidat hat, nachdem ihm die Fallvorgabe ausgehändigt wurde, 15 Minuten Zeit, sich mit der Fallvorgabe vertraut zu machen und auf die Prüfung vorzubereiten.

Die eigentliche Prüfung dauert 20 Minuten.

Für die Auswertung der Prüfung sind weitere 20 Minuten vorgesehen.

Pro Kandidat ist somit ein Zeitfenster von 40 Minuten vorgesehen. Pro Prüfungstag können 12 Prüfungen durchgeführt werden, wenn das folgende Zeitschema verwendet wird:





Beispiel Ablauf:

Zeit	Ablauf	Dauer (Minuten)
um 8.30 Uhr	Ausgabe der Fallvorgabe an den 1. Kandidaten	
bis 8.45 Uhr	Vorbereitung des 1. Kandidaten	15
bis 9.05 Uhr	Prüfung des 1. Kandidaten (1. Prüfung)	20
um 9.10 Uhr	Ausgabe der Fallvorgabe an den 2. Kandidaten	
bis 9.25 Uhr	Auswertung der 1. Prüfung und	20
	Vorbereitung des 2. Kandidaten	15
bis 9.45 Uhr	Prüfung des 2. Kandidaten (2. Prüfung)	20
um 9.50 Uhr	Ausgabe der Fallvorgabe an den 3. Kandidaten	
bis 10.05 Uhr	Auswertung der 2. Prüfung und	20
	Vorbereitung des 3. Kandidaten	15
bis 10.25 Uhr	Prüfung des 3. Kandidaten (3. Prüfung)	20
Kaffeepause		
um 10.40 Uhr	Ausgabe der Fallvorgabe an den 4. Kandidaten	
...
um 12.00 Uhr	Mittagspause	
um 13.00 Uhr	Ausgabe der Fallvorgabe an den 6. Kandidaten	
...
um 15.00 Uhr	Kaffeepause	
um 15.15 Uhr	Ausgabe der Fallvorgabe an den 9. Kandidaten	
...
um 17.55 Uhr	Ende der Prüfung des 12. Kandidaten	

