

Protokoll zum Vertriebs-Workshop
Canada Life „Investment Kompetenz“



Das zentrale Aufgabe:

***Canada Life hat die tonangebende
Investment Kompetenz.***



Workshop-Teilnehmer(innen).



A close-up, blurred background image showing hands operating a sewing machine, with the needle and foot visible stitching a piece of fabric.

Was heute gespielt wird:

kurze Vorstellung Präsentainment Group GmbH

Präsentation und Diskussion der Befragungsergebnisse

Brainstorming und Maßnahmenplan

A close-up, blurred background image showing a pair of hands operating a sewing machine, with the needle and foot visible stitching a piece of fabric.

Agenda:

kurze Vorstellung Präsentainment Group GmbH

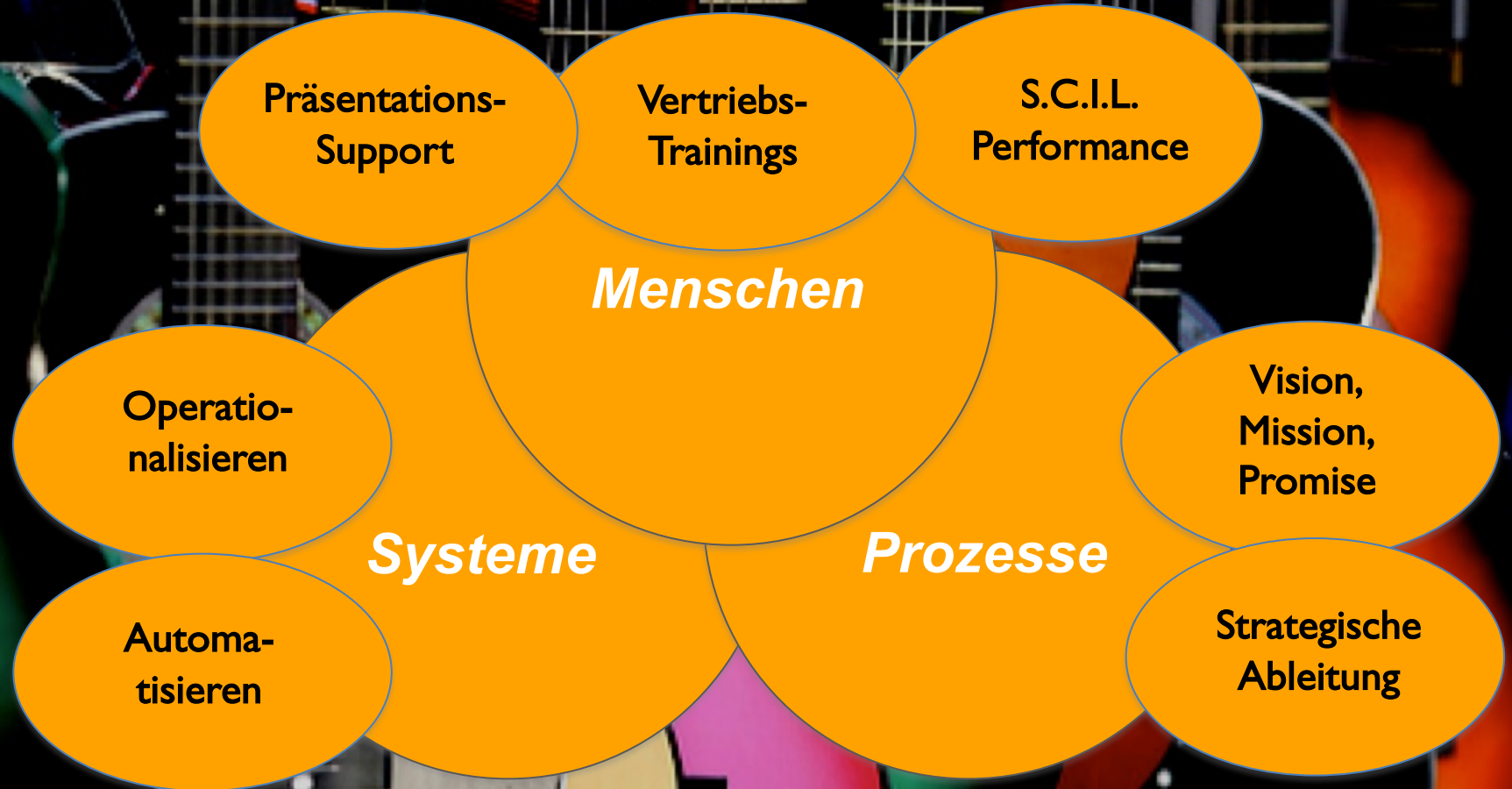
Präsentation und Diskussion der Befragungsergebnisse

Brainstorming und Maßnahmenplan

Das Portfolio der Präsentation Group



Präsentainment Support im Überblick:





Was heute gespielt wird:

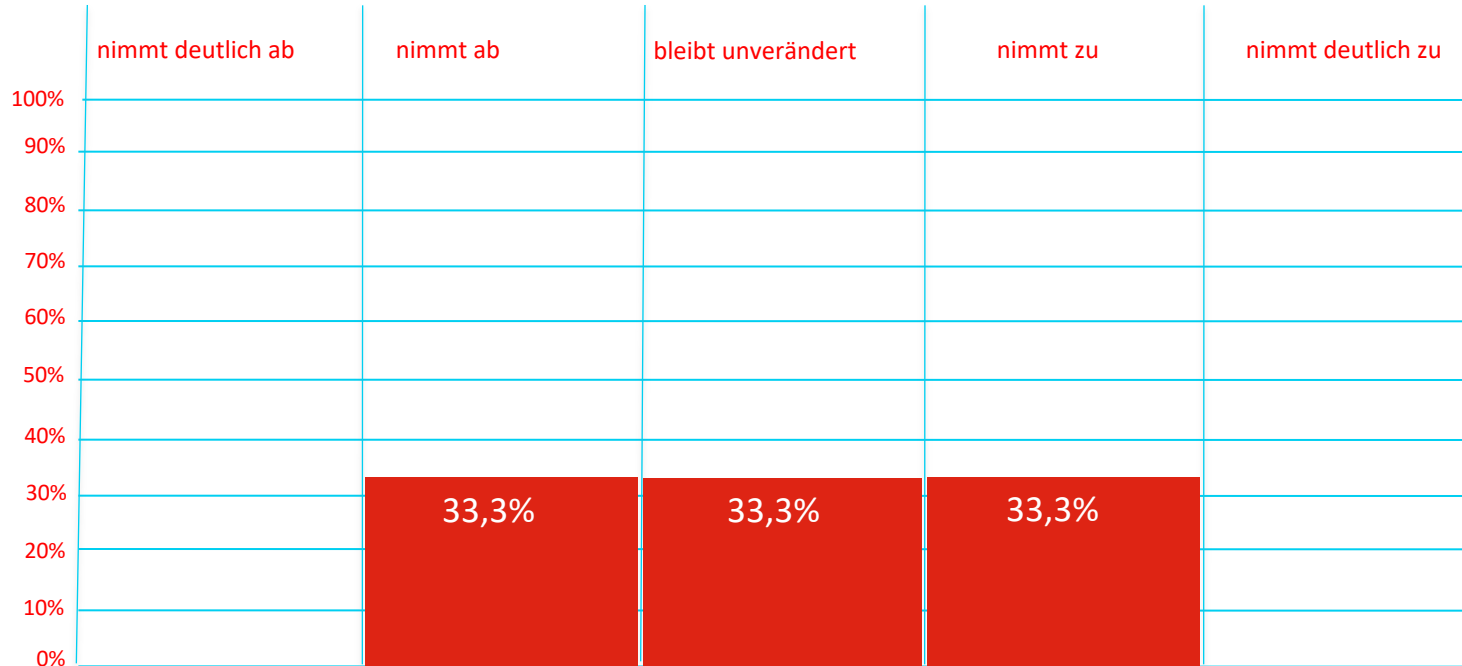
kurze Vorstellung Präsentainment Group GmbH

Präsentation und Diskussion der Befragungsergebnisse

Brainstorming und Maßnahmenplan

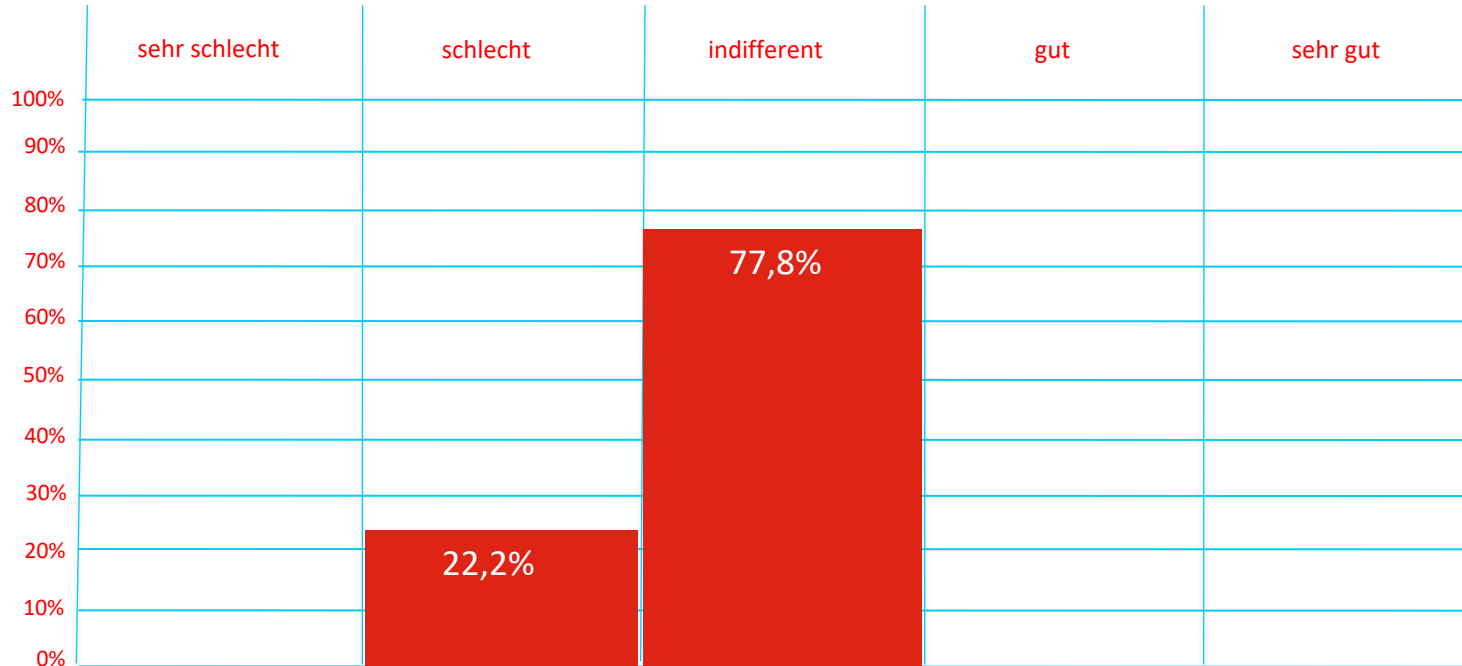
1.

Wie wird sich die Bedeutung von Investment-Lösungen ohne Garantie Ihrer Einschätzung nach zukünftig entwickeln?



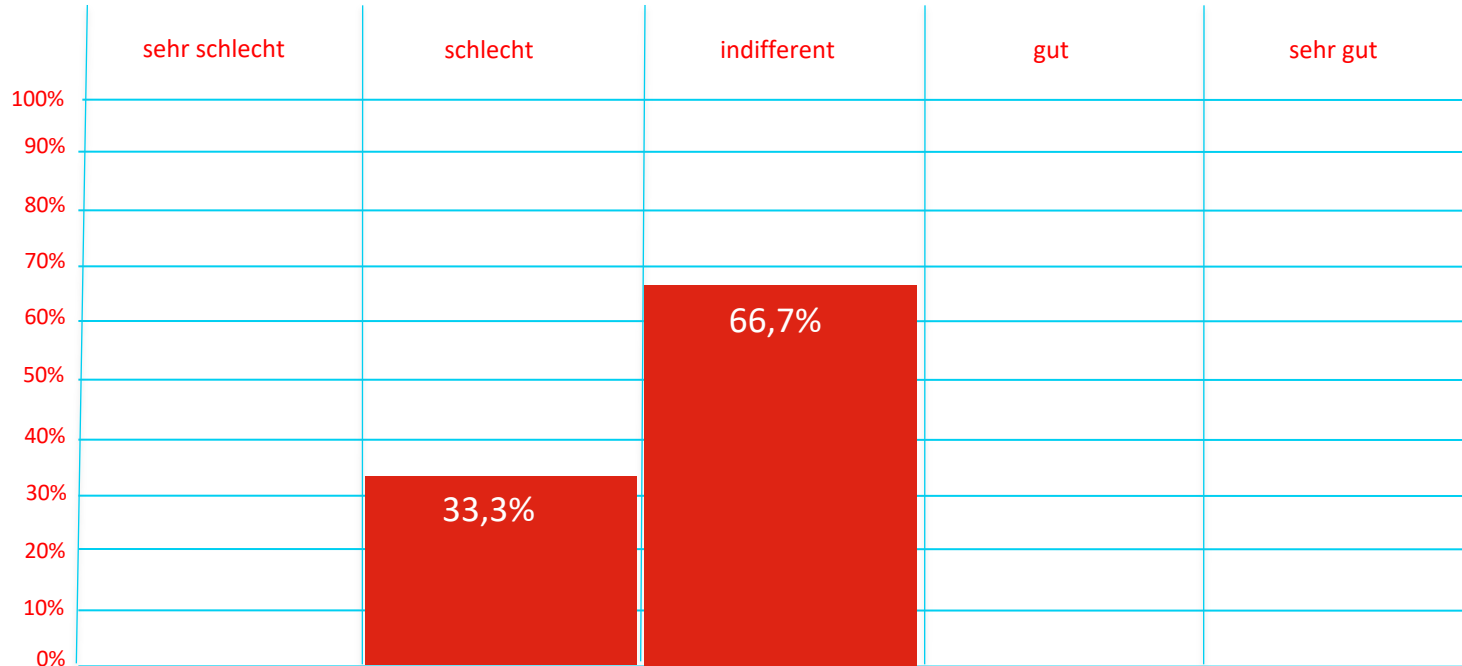
2.

Wie wird das Produktfolio der Canada Life im Bereich Investment ohne Garantie aktuell Ihrer Einschätzung nach von den Vertriebspartnern der Canada Life bewertet?



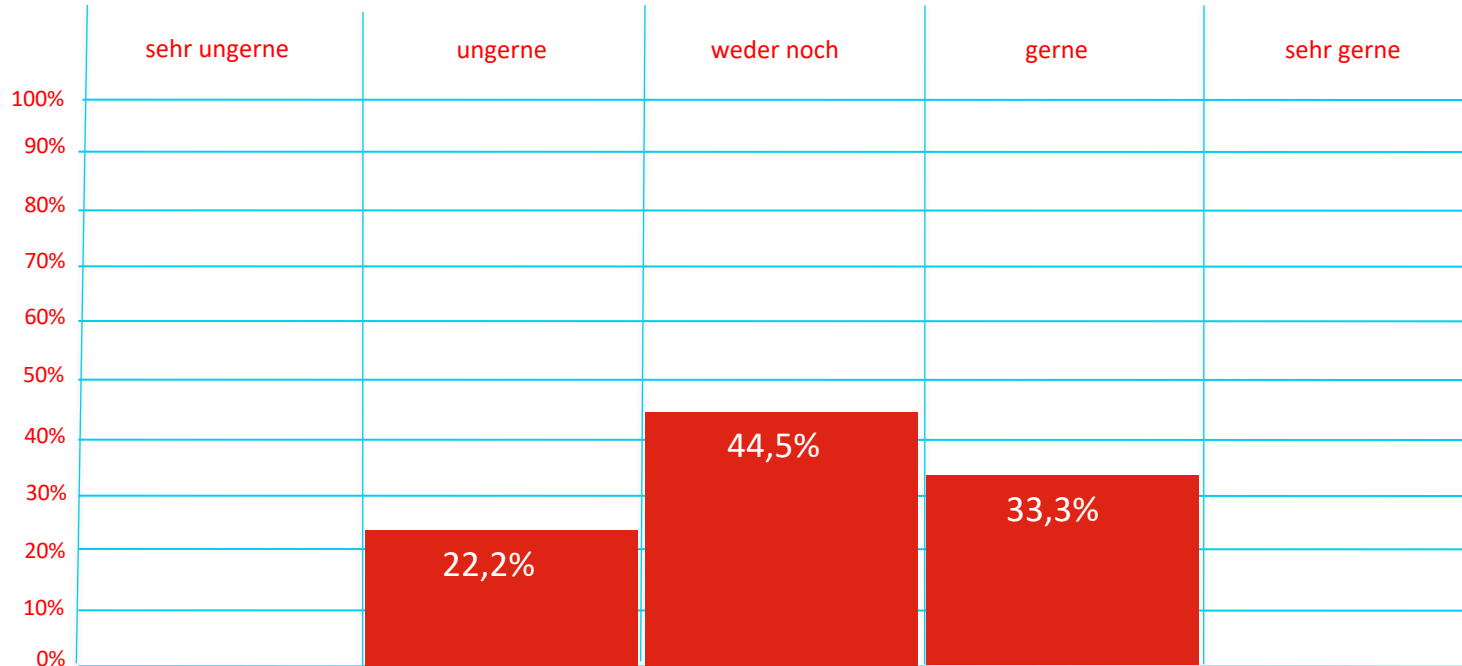
3.

Wie schätzen Sie das fachliche Know How des gesamten Vertriebs der Canada Life in puncto Investment aktuell ein?



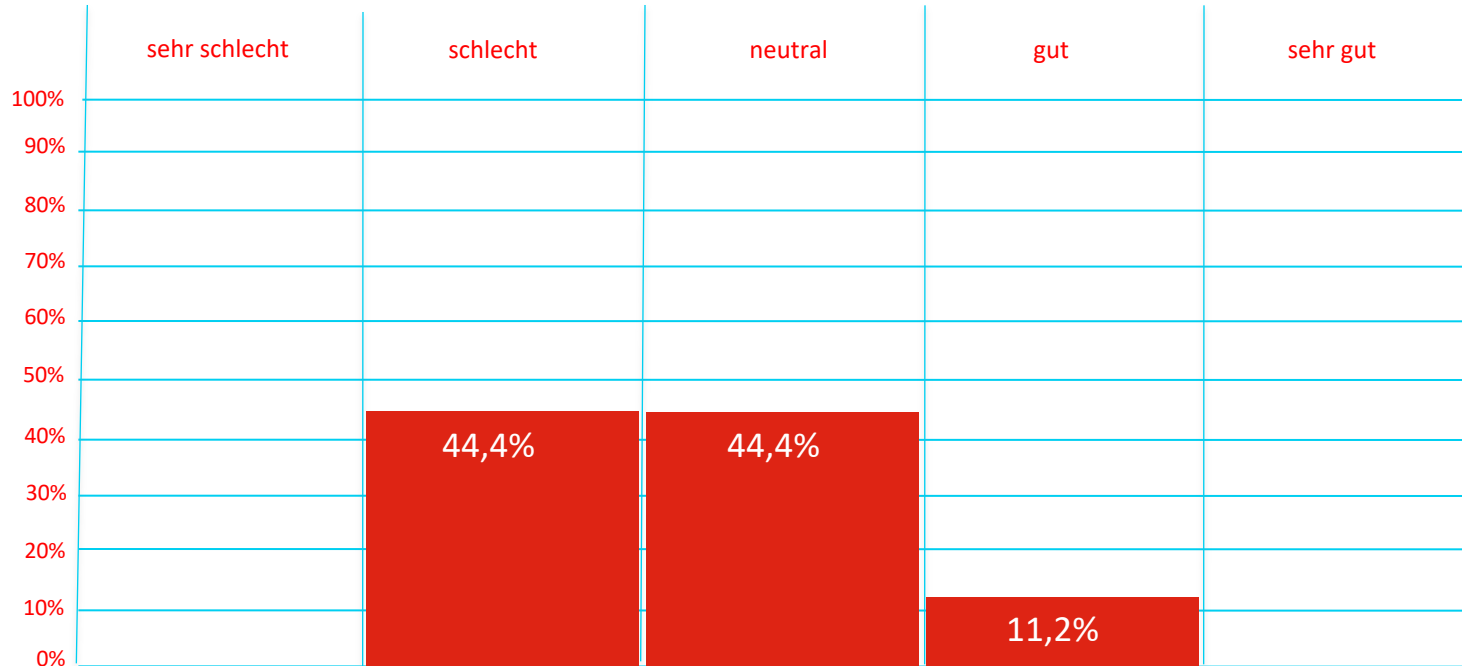
4.

Wie gerne thematisieren die Vertriebspartner der Canada Life nach Ihrer Einschätzung den Bereich Investment Investment in ihren Kundengesprächen?



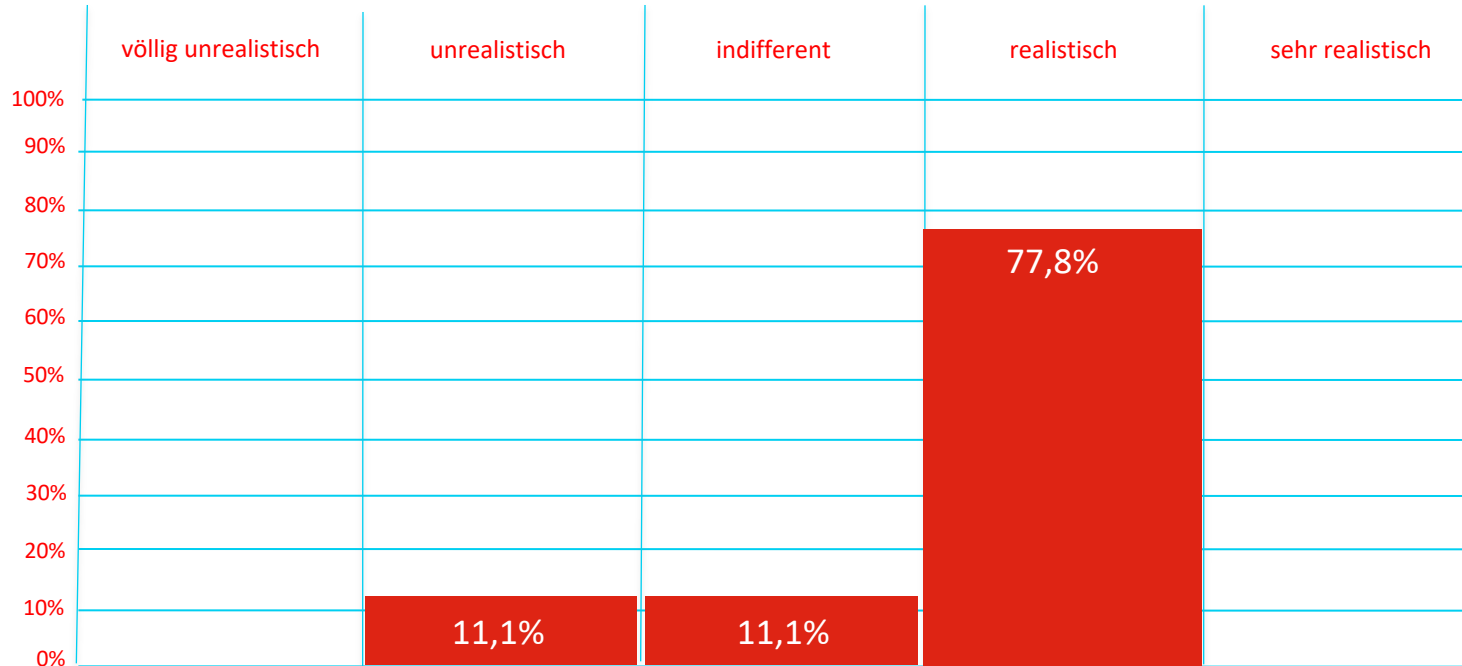
5.

Wie schätzen Sie das fachliche Know How der Vertriebspartner der Canada Life in puncto Investment aktuell ein?



6.

Für wie realistisch (im Sinne von erreichbar) halten Sie Ihre eigenen Investment-Zielvorgaben für das kommende Jahr?



7.

Was ist Ihrer Meinung nach noch erforderlich, damit die formulierten Investmentziele von allen Beteiligten im kommenden Jahr erreicht werden?

- Schulung Vertrieb Bessere Vermarktung des Themas Investment und Canada Life Marketingmaßnahmen Investment aktuelle Zahlen für den Vertrieb weniger Fehler in der Bearbeitung
- Renditeschieber UWP/APM/freie Fondsauswahl - Fonds im Fokus - Portfolionavigator mit UWP - Konturenschärfung durch neue Benennung von ausgewählten Portfolien - Fondsauswahl schon bei der Angebotsberechnung
- Eine markenbasierende Verkaufsstory, warum CLE eine Bereicherung für Endkunde als Investmentpartner. Hervorhebung von Alleinstellungsmerkmalen bei Altersvorsorge mit Fonds ohne Garantien bei CLE.
- schärferes Investmentprofil wofür stehen wir im Bereich Investment FKP ohne Stornogebühr höhere Flexibilität ohne Nachteil für den Kunden
- Wir benötigen eine Sales Story, regelmäßige Onlinepräsentationen zu Investmentthemen, Kostenstruktur bei Einmalanlage ändern. Unsere Stornogebühren sind im Gegensatz zu Mitbewerbern zu hoch.
- etwas breitere Fondspalette - bessere Wahrnehmung der CLE im Bereich Investment
- Es muss die Wahrnehmung der Canada Life als "Investment-Haus" außerhalb UWP deutlich verstärkt werden.
- Investment-Wissen ausbauen und dadurch Selbstbewusstsein im Vertrieb stärken 2. Verkaufsansätze und Stories thematisieren und trainieren 3. Präsentationen stärker verkäuferisch ausrichten 4. wöchentliches Reporting der Investment-Umsatzergebnisse auf GP-/VB- und RD-Ebene 5. ständiger Erfahrungsaustausch
- Investment Story die im ganzen Unternehmen gelebt wird; Reporting damit Umsätze der GPs einfach zu recherchieren sind

8.

Wie überzeugt sind Sie selbst von der Investment-Kompetenz der Canada Life?



9.
Bitte begründen Sie Ihre Erinschätzung aus Punkt 8 mit ein bis zwei frei formulierten Sätzen.

- keine Angaben (Fragezeichen)
- CLE Investment Kompetenz basiert auf Erfolg von Setanta als Schwesterfirma und Erfolgscontrolling Investmentkomitee. Setanta ist erfolgreicher Vertreter von Value Ansatz. Value Ansatz paßt wie die Faust aufs Auge zu Aufbau Rentenvermögen. Langfristige Ertragssteigerung gepaart mit konservativem Auswahlprozess.
- Gutes Fachpersonal Setanta klare Investmentstrategie mit guten Werten
- Setanta Fonds sind sehr gut performt. Regelmäßige Auszeichnungen bei Setanta.
- CLE hat in den letzten 15 Jahren mit dem UWP Maßstäbe im Bereich der Fondspolizen mit Garantien gesetzt.
- Sowohl das angebotene Portfolio an Fonds, als auch an Produkten und auch die Wertentwicklung der Anlagen sprechen für sich.
- CL hat seit vielen Jahrzehnten Erfahrung mit investmentbasierten Produkten. Neben dem erfolgreich gemanagten UWP Fonds existieren weitere sehr gute Investmentbausteine. Allerdings sind vielen Maklern diese zusätzlichen Investmentmöglichkeiten nicht hinreichend bekannt. Daran müssen wir arbeiten.....
- Great West; Setanta; top UWP Entwicklung seit Auflegung
- keine Angaben (Fragezeichen)

10.

Wie würden Sie die Investment-Kompetenz der Canada Life beschreiben?

(Bitte formulieren Sie ein bis maximal drei kurze Sätze, die Ihrer Meinung nach geeignet sind, eine überzeugende Investment-Story im Vertrieb zu erzählen.)

- Investment Gesellschaft Setanta Ein Mix aus Garantie und Investment Feste Wurzeln auf im Bereich Investment
- keine Angaben (Fragezeichen)
- CLE Investments stehen für langfristige und marktgerechte Erträge. Trends und kurzfristige Kursfeuerwerke überlassen wir Spekulanten.
- Investmentprofis managen die Fonds nach klaren Spielregeln, die zwingend eingehalten werden müsse. Ziel sind nicht kurzfristige Outperformance und Siegel sammeln, sondern langfristige, seriöse Kapitalanlage
- Schwerpunkt Setanta - Alleinstellungsmerkmal. APM - wir übernehmen für den GP die Fondsauswahl.
- Canada Life ist der führende Versicherer auf dem Fondspolice Markt im Bereich der Investmentbasierten Garantien sowie der ungarantierten Fonds
- Die Canada Life verfügt über einen enormen Erfahrungsschatz sowohl in der gesamten Gruppe als auch in Deutschland und gehört nach meiner Meinung zu den zwei bis drei renommiertesten Investmentanbietern in Deutschland.
- 1. Canada Life hat seit vielen Jahrzehnten eine hervorragende Investment-Expertise am Versicherungsmarkt 2. Canada Life verknüpft die Investmentchancen der Kapitalanlagen mit innovativen Vorsorgelösungen 3. Canada Life glaubt an den Erfolg von Sachwerten!
- Canada Life bietet ihren Kunden eine moderne, professionelle gemanagte Fondspolice mit und ohne Garantien zu einem fairen Preis!

Raus holen was drin ist / Diskussion der Ergebnisse

1. Was sind Ihre spontanen Gedanken zu diesen Ergebnissen?

2. Welche Konsequenzen sind daraus Ihrer Meinung nach zu ziehen?

3. Wie lässt sich die Umsetzung der Konsequenzen konkret messen?

Raus holen, was drin ist: Diskussion der vorangegangenen Ergebnisse.

- 1) Team 1
- hoher Nachholbedarf
 - Verunsicherung (intern)
 - Vernachlässigung des Themas
 - fehlendes Selbstbewusstsein
 - gut, dass wir da sind
 - Wertschätzung der GPs
 - Sind wir in der richtigen Zielgruppe unterwegs?
 - Schaffen wir mit diesen Antworten die Ziele, die wir uns gesetzt haben
- 2)
- Können wir unsere GP erreichen oder wissen wir genug über die Zielgruppe?
 - Selbstbewusstsein stärken!
 - ↳ Charisma schaffen
 - Wissen zusammen führen
 - mehr Transparenz
 - wir brauchen keine Story?
 - Story 'vorleben'

- 3) • APE
- Anzahl der GPs, die Investment erhalten
 - GP-Befragung jetzt / mittelfr. / langfr.
 - Fachwissen trainieren
 - Kann der GP unsere Story erzählen?

Raus holen, was drin ist: Diskussion der vorangegangenen Ergebnisse.

Team 2

① Spontane Gedanken

- wenig Aussagekräftig
→ "indifferent"
- schoddisend
- logische Konsequenz aus der Vergangenheit
- "nicht Fisch nicht Fleisch"
- für uns selbst keine klare Positionierung
- unterschiedliche Grundeinstellung zum Status Quo
- Investientziel - Entscheidung ↕

Team 2

② Konsequenzen

- Wo stehen wir? Wo wollen wir hin?
- (fehlende) Leidenschaft entwickeln
- (fehlendes) Profil schärfen
- einheitliche Investientstrategie / -story entwickeln
- fachliches Fundament schaffen
- Notwendigkeit von engagiertem Investient vermitteln

Team 2

② Wie lässt sich die Umsetzung der Konsequenzen konkret messen?

- Umfrage intern / extern
- Wer hat den M auf?
- Überprüfung des Status Quo

Raus holen, was drin ist: Diskussion der vorangegangenen Ergebnisse.

1. ^(Team 1) Sehr uneinheitliche Betrachtung der IST-Situation

- Zu wenig Kenntnis u. Bindung zu unseren Potenzialpartnern im Investmentbereich/insb. bei Vermittlern für angarantiertes Geschäft

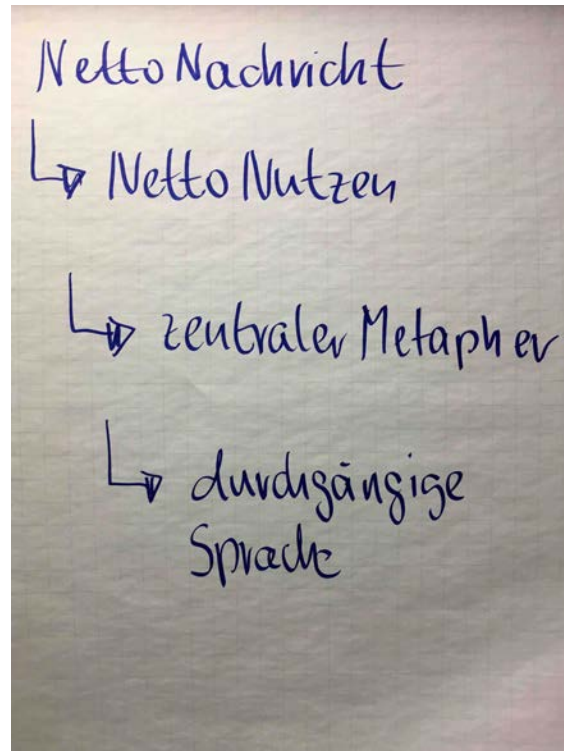
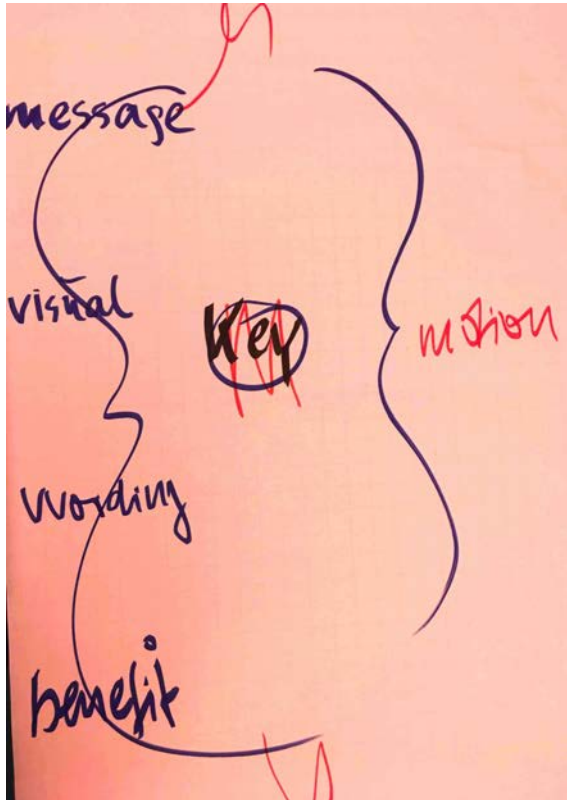
2. ^(Team 3) Basiswissen ausbauen
→ Selbstbewusstsein stärken

- Verkaufsansätze und Stories konkret thematisieren

3. Training
→ messbare Ergebnisse

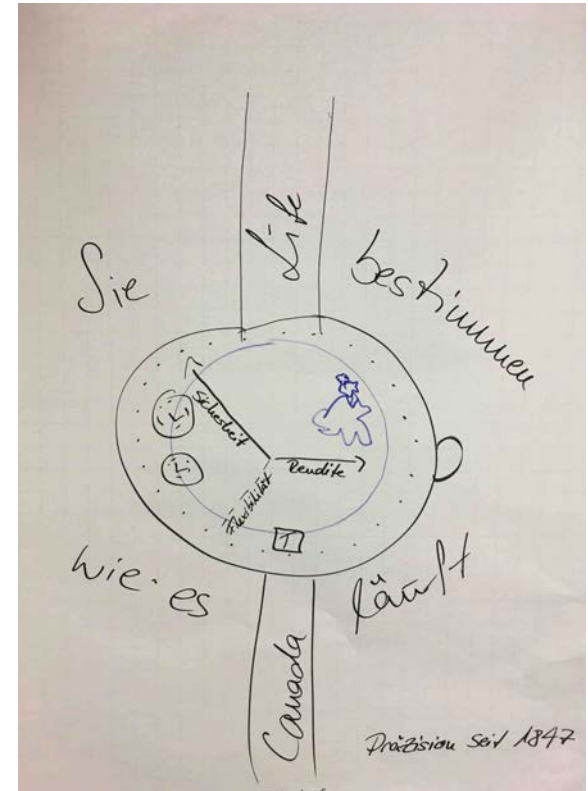
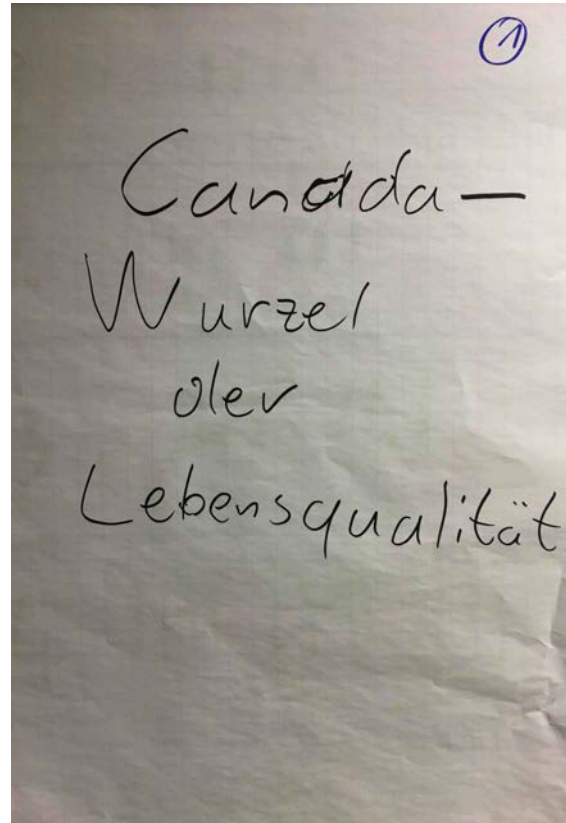
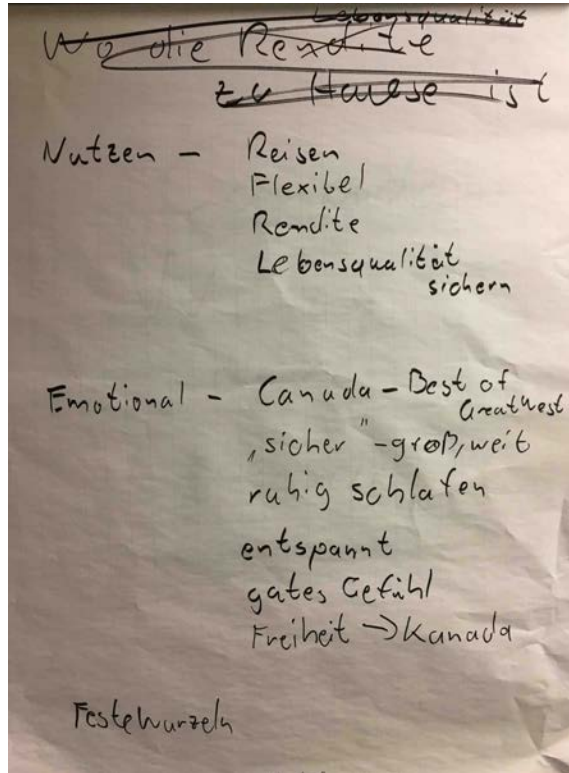
- 'Börsenspiel'

Brainstorming für einen möglichen Claim inklusive Slogan im Sinne einer Vertriebsstory zum Thema Investment-Kompetenz..



Netto Nachricht
↳ Netto Nutzen
↳ zentraler Metapher
↳ durchgängige Sprache

Brainstorming für einen möglichen Claim inklusive Slogan im Sinne einer Vertriebsstory zum Thema Investment-Kompetenz.



Brainstorming für einen möglichen Claim inklusive Slogan im Sinne einer Vertriebsstory zum Thema Investment-Kompetenz.

Canada Life – ③
clever/intelligent
investieren

→ besser ankommen

für mehr finanzielle
Freiheiten / Möglichkeiten
im Alter / Genußphase

Canada Life

The Investment Home

In Fonds zu Hause.

Canada life ist der Versicherer
am deutschen Markt mit der
Kompletten Investitionskompetenz
für jeden Kunden in jeder
Lebensphase. Dabei deckt
Canada life das gesamte Spektrum
von ungarantierten Investments
bis hin zur modernen Fondpolice
mit "soviel Garantie wie nötig"
ab. Home made.

Brainstorming für einen möglichen Claim inklusive Slogan im Sinne einer Vertriebsstory zum Thema Investment-Kompetenz.



Textvorschlag für die kommunikative Untermauerung des Claims.

(zusammengestellt von Präsentainment Group auf Basis des Workshop-Ergebnisses vom 20.12.2016 sowie der Teilnehmer-Formulierungen im Rahmen der Befragung)

The home of investment. Im Investment zu Hause.

Canada Life verfügt seit vielen Jahrzehnten über eine hervorragende Investment-Expertise und verknüpft die Investmentchancen der Kapitalanlagen mit innovativen Vorsorgelösungen. Eines der Alleinstellungsmerkmale ist die zum Konzern gehörende Setanta, die für ihre Geschäftspartner die Fondsauswahl übernehmen. Unsere Experten glauben an den Erfolg von Sachwerten. Canada Life gehört zu den renommiertesten Investmentanbietern im deutschen Markt mit der kompletten Investmentkompetenz für jeden Kunden in jeder Lebensphase. Dabei deckt Canada Life das gesamte Spektrum von ungarantierten Investments bis hin zur modernen Fondspolice mit „so viel Garantie wie nötig“ ab. Stets zu einem fairen Preis. Die Investments stehen für langfristige und marktgerechte Erträge. investment@home

Konzeptionelle Überlegungen zum Thema Investment-Kompetenz von Oliver Thron



Investmentkompetenz auf einen Blick

Konzeptionelle Überlegungen zum Thema Investment-Kompetenz von Oliver Thron



- Das wichtigste zum “Warum?“, “Wo liegt der Nutzen?“, “Wie funktioniert’s,?“

hinterlegt mit nützlichen
Informationen (Zahlen,
Daten, Fakten)

Unsere Fondspartner – Unter den Besten der Besten



einfach,
übersichtlich,
leicht
verständlich

2. OG

1. OG

EG

Highlights +
Fakten

- Generaton Tarife
- Flexibler Kapitalplan
- Garantie Investment Rente

Konzeptionelle Überlegungen zum Thema Investment-Kompetenz von Oliver Thron



Investmentkompetenz



Canada Life™

Unsere Fondspartner – Unter den Besten der Besten

GREAT-WEST
GRUPPE,
INTERNE
GESELLSCHAFTEN

GROSSE US
FONDSMANAGER

GROSSE
EUROPÄISCHE
FONDSMANAGER

KLEINE
EUROPÄISCHE
BOUTIQUEN

GRÜNER
SPEZIALIST

Setanta
ASSET MANAGEMENT

Fidelity
WORLDWIDE INVESTMENT

M&G
INVESTMENTS

WARBURG INVEST

ROBECOSAM
Sustainability Investing

Canada Life
Investments

FRANKLIN TEMPLETON
INVESTMENTS

CARMIGNAC
GESTION

ETHENEA
managing the Ethna Funds

Putnam
INVESTMENTS

Invesco

Flossbach von Storch

BLACKROCK

MACK & WEISE
VERMÖGENSVERWALTUNG

Durch Klicken auf die Fondsgesellschaften erhalten Sie weitere Informationen

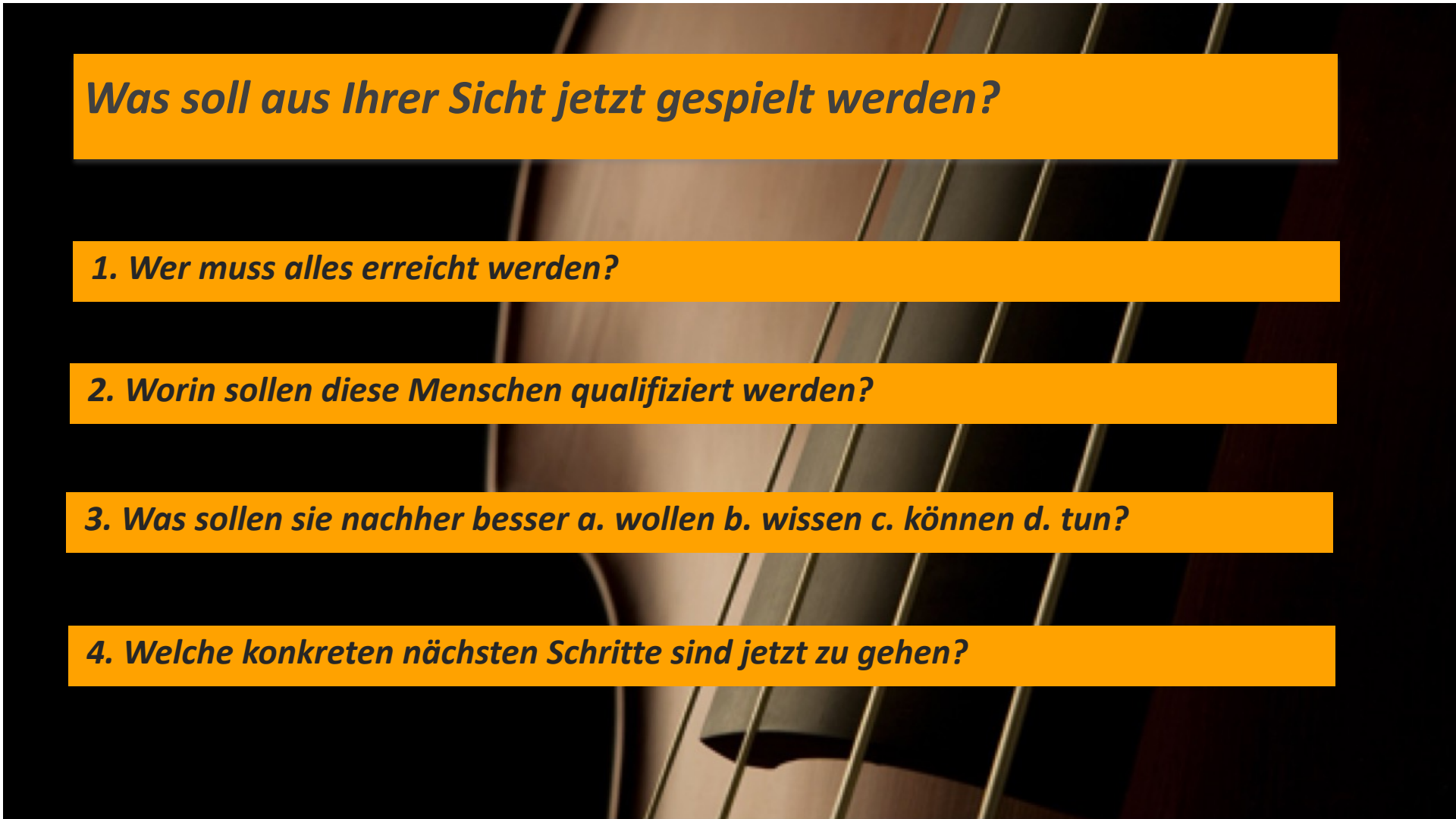
A close-up, blurred background image showing a pair of hands operating a sewing machine, with the needle and foot visible stitching a piece of fabric.

Was heute gespielt wird:

kurze Vorstellung Präsentainment Group GmbH

Präsentation und Diskussion der Befragungsergebnisse

Brainstorming und Maßnahmenplan

The background of the entire slide is a close-up, artistic photograph of a double bass (upright bass). The focus is on the strings and the body of the instrument, with a warm, golden-brown color palette. The lighting creates soft highlights and shadows, emphasizing the texture of the wood and the metallic sheen of the strings.

Was soll aus Ihrer Sicht jetzt gespielt werden?

1. Wer muss alles erreicht werden?

2. Worin sollen diese Menschen qualifiziert werden?

3. Was sollen sie nachher besser a. wollen b. wissen c. können d. tun?

4. Welche konkreten nächsten Schritte sind jetzt zu gehen?

Was soll aus Ihrer Sicht jetzt gespielt werden?

① intern:
Exec, Jd, Legal, Marketing,
Vertrieb, CS, Board, Setanta
extern:
JP, KA, Marketing-Agentur

② intern:
Vertrieb: flächendeckendes Basiswissen

③ vermittelt durch Training

- Ideal/veranschaulichen ~~anhand~~ und
einsetzen
- gesamtes Investitionsportfolio kennen
 - "Was geht in unserem 'Hof' vor"
- sich "Ausprache" traumen
 - selbstbewusst beim JP platzieren
- Story mit Leben füllen

- ④
- alle Begeisterten
 - alle @Home
 - Baugenehmigung einholen
 - ANFANGEN

Was soll aus Ihrer Sicht jetzt gespielt werden?

- 1) - GL
- Marketing
- Legal
- PM
- CS
- Sales
- } Intern
- Mitbewerber
- GP's
- pot. GP's
(^{3rd/3rd} Investment)
- } extern

- 2) - teamübergreifendes Engagement
+ 3) - fachl. Training aller
- ein "Sprech"

- 4) - OK der GL
- rechtl. Prüfung 😊
- Bilder für Story (Bilderkette)
- PPT. mit Verlinkung
- Marketingunterlagen
- Budget für Veranstaltung
- Roadshow
- DKM?
- Sales Meeting
↳ Platzierung •
- Ressourcen!
- Koord. durch SPG

Was soll aus Ihrer Sicht jetzt gespielt werden?

WER?

- GB/HRB/MD - GL
- EXEC
- LEGAL, MARKETING
- VL, BD, CS, ADMIN, TRAINING
- GP
- ENDKUNDE

WORIN?

- BEWUSSTSEIN
- IDENTIFIKATION
- PROZESS → STEIN AUF STEIN
- FUNDAMENT 2017
- LUST AUF INVESTMENT

WAS BESSER WOLLEN,
KÖNNEN, WISSEN, TUN?

- ANTWORT AUF DIE
FRAGE: WARUM IHR?
- MITREDEN KÖNNEN
- AKTIVE ANSPRACHE
- SELBSTBEWUSSTSEIN STÄRKEN

WELCHE KONKRETE NÄCHSTEN
SCHRITTE?

- FREIGABE GL, ETC.
„GO!“ ABHOLEN
- SLOGAN MIT LEBEN
FÜLLEN → „STORY“
- TRAININGSPLAN / KOMMUNIKATION
FAHRPLAN

Nächste erforderliche Schritte aus Sicht der Präsentainment Group

(Empfehlungen auf Basis der vorangegangenen Arbeitsergebnisse)

- Involvement von Geschäftsleitung und „Go“ einholen
- Prüfung, ob und wie ggf. der Gedanke „@home“ noch aufgenommen und eingearbeitet werden kann
- Klärung mit Rechtsabteilung
- Sicherung der relevanten Internet-Adressen
- Erstellen einer Präsentation speziell für die „interne Kommunikation“, um alle ins Boot zu holen und für den neuen Claim zu gewinnen (sollte möglichst noch vor der Saleskonferenz passieren)
- Involvement aller relevanten Teams in der Canada Life
- Planung und Durchführung eines 1-tägigen Workshops, in dem die nächsten Schritte noch einmal justiert und final definiert werden
- Erstellen einer Präsentation, mit der die neue Sales Story „erzählt“ werden kann, eines neues Webauftritts zum Thema Investment-Kompetenz, einer Konzeption für einen Big Bang auf der DKM, Entwicklung von Seminar-Designs für die Motivations- und Wissens-Verbreitung, etc. *(alles vorbehaltlich der Ergebnisse des vorangegangenen Workshops)*